



ÍNDEX

Introducció	2
1. Planificació de la titulació	3
2. Indicadors	5
2.1 Accés.....	5
2.1.1 Característiques del procés d'accés	5
2.1.2 Característiques personals i socials dels alumnes de nou ingrés.....	7
2.1.3 Mecanismes habilitats per facilitar la incorporació dels alumnes.....	8
2.2 Desenvolupament de l'ensenyament	9
2.2.1 Estudiants	9
2.2.2 Recursos humans: personal acadèmic i personal de suport a la docència	10
2.2.2.1 Personal acadèmic.....	10
2.2.2.2 Personal de suport a la docència	11
Descripció càrregues de feina exclusivament relacionades amb docència	12
2.2.3 Recursos materials i serveis.....	13
2.2.4 Desenvolupament docent	13
2.2.4.1 Metodologies docents, sistema d'avaluació i mida de grups	13
2.2.4.2 Ús de recursos docents virtuals	16
2.2.4.3 Acció Tutorial	17
2.2.4.4 Pràctiques externes	18
2.2.4.5 Mobilitat.....	20
2.2.4.6 Treball Fi de Grau.....	22
2.2.4.7 Orientació professional i inserció laboral.....	25
2.2.5 Satisfacció.....	25
2.3 Resultats.....	26
2.3.1 Resultats acadèmics	26
2.3.2 Resultats personals.....	29
2.3.3 Inserció laboral dels titulats	30
3. Valoració del seguiment dels indicadors i del desenvolupament de la titulació	30
3.1 Valoració qualitativa del desenvolupament de la titulació.....	30
4. Propostes de millora	31
4.1 Propostes de millora	31
4.2 Propostes de modificació de la memòria.....	31
4.3 Seguiment de les propostes de millora de l'informe anterior	31
4.4 Seguiment de recomanacions externes (ANECA i AQU)	32
5. Documents de referència	33
6. Annexes	34

 <p>UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI</p>	<p>Seguiment anual del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Facultat de Lletres</p> <p><i>Curs 2013-14</i></p>	
---	--	---

Introducció

El Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Universitat Rovira i Virgili, dins del procés de seguiment de les titulacions oficials, ha realitzat aquest informe de seguiment per al curs 2013-14.

Els agents implicats en el procés d'elaboració, aprovació i informació del present informe són, principalment, la Responsable d'Ensenyament del Grau de Publicitat i Relacions Públiques, implicada directa en la seva elaboració. Així mateix, de la seva aprovació i informació s'encarrega la Junta de Centre de la Facultat de Lletres.

Característiques bàsiques de la titulació:

- Crèdits: 240 ECTS
- Branca: Arts i Humanitats
- Modalitat d'ensenyament: Presencial
- Mencions: No
- Pertanyent al Programa Formatiu de Grau en Comunicació, juntament amb el grau de Periodisme i el grau de Publicitat i Relacions Públiques. Aquests tres graus comparteixen continguts comuns equivalents aproximadament als dos primers cursos de les tres titulacions.

1. Planificació de la titulació

La planificació, programació i avaluació de les competències en el model docent de la URV, **pels graus** es duu a terme en tres nivells de concreció diferents.

En el primer nivell, el Projecte Formatiu de la Titulació, que es concreta amb la **Memòria Oficial del Títol**. La data en que es va obtenir l'informe favorable va ser el 9 de febrer de 2009.

La memòria verificada del grau està publicada en l'enllaç següent:

http://www.fll.urv.cat/media/upload/arxius/garantia-qualitat/memoriaGraus/Publicitat_relacions_publicues.pdf

Finalment, i com ja s'havia comentat en els anteriors informes de seguiment, s'ha redissenyat i fet pública la nova web de la Facultat de Lletres. En aquesta hi ha un apartat específic anomenat "**Garantia de la Qualitat**" on estan publicades les memòries verificades de grau i màster.

En un segon nivell es concreta d'una banda el **Mapa de Competències**, que és el pla d'estudis de la titulació en forma de competències. S'aporta l'enllaç al perfil de competències així com al mapa de competències de la titulació:

- Perfil

http://moodle.urv.cat/docnet/guia_docent/index.php?centre=12&ensenyament=1222&consulta=competencies&any_academic=2013_14

- Mapa de competències

http://moodle.urv.net/docnet/guia_docent/index.php?centre=12&ensenyament=1222&consulta=mapa_competencies&any_academic=2013_14

D'altra banda les **guies docents** de les assignatures, publicades abans de la matrícula, detallen els resultats d'aprenentatge, continguts, distribució amb ECTS, sistema d'avaluació, bibliografia, entre altres. Es facilita l'enllaç de la guies docents de les assignatures:

http://moodle.urv.cat/docnet/guia_docent/index.php?centre=12&ensenyament=1222&consulta=assignatures&any_academic=2013_14

Aquesta taula presenta les dades del percentatge de guies docents adaptades als paràmetres de l'EEES.

Nom	% Guies Docents Adaptades a l'EEES					
	1r	2n	3r	4t	%opt	%Total
Grau de Publicitat i Relacions Públiques (2009)	100% (10/10)	100% (7/7)	100% (9/9)	100% (2/2)	100% (12/12)	100% (40/40)

En el tercer nivell trobem el **Pla de Treball**. Consisteix en concretar, al detall, les activitats que l'estudiant haurà de dur a terme en una assignatura, fent especial èmfasi en les activitats d'avaluació. El Pla de Treball es desenvolupa a l'espai de docència de l'entorn virtual de formació de la URV (Moodle) i és d'ús intern, una vegada l'estudiant s'ha matriculat. L'objectiu és buscar la distribució òptima del treball de l'estudiant pel que fa a càrregues i distribució temporal on la coordinació docent n'és la clau.

El curs 2013-14 es va assolir, per al grau de Publicitat i Relacions Públiques, un 47,50% de Plans de Treball en relació al total d'assignatures de 1r, 2n, 3r i 4t curs.

Es faciliten les dades d'elaboració de plans de treball. Aquestes dades es realitzen en base a espais de docència generats a Moodle (el nombre d'espais Moodle pot variar respecte al nombre d'assignatures en funció de les sol·licituds de divisió o unions d'espais Moodle realitzades pels coordinadors d'assignatures).

Taula 1. Dades d'elaboració dels Plans de Treball

Centre	Denominació títol de grau	Total	Sense fer	Iniciats	Despublicat	Total No fets	% Total no fets	Enviats a seguiment	Publicats	Total fets	% Total fets
FLL	Grau de Publicitat i Relacions Públiques (2009)	40	17	4	0	21	52,5	2	17	19	47,5

Curs

1	Grau de Publicitat i Relacions Públiques (2009)	10	3	0	0	3	30	1	6	7	70
2	Grau de Publicitat i Relacions Públiques (2009)	7	2	1	0	3	42,86	0	4	4	57,14
3	Grau de Publicitat i Relacions Públiques (2009)	10	4	2	0	6	60	0	4	4	40
4	Grau de Publicitat i Relacions Públiques (2009)	1	1	0	0	1	100	0	0	0	0
Sense especificar	Grau de Publicitat i Relacions Públiques (2009)	12	7	1	0	8	66,67	1	3	4	33,33

Font: Informe de Pla de treball de Moodle
Data: 16/07/2015

2. Indicadors

2.1 Accés

2.1.1 Característiques del procés d'accés

A la memòria verificada, es va aportar la següent informació referent al perfil d'ingrés:

"El/la candidata/a a ingresar en esta titulación debería ser una persona activa, creativa, desinhibida y con capacidad de iniciativa y liderazgo. Debería tener consciencia de la importancia de la comunicación para el desarrollo económico, social y cultural en cualquier época y sociedad, pero especialmente en las modernas sociedades avanzadas. Tendría que estar interesado/a por los aspectos estéticos y persuasivos de la comunicación mediática, tener interés por ampliar sus conocimientos sobre expresión artística y sobre las diferentes técnicas de la comunicación persuasiva".

Taula 2. Indicadors del procés d'admissió d'estudiants a grau

	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14
Places ofertes de nou ingrés	30	30	30	30	40
Demanda en 1a opció	70	72	65	62	71
Ràtio Demanda en 1a opció/Oferta	2,33	2,40	2,17	2,07	1,78
Demanda total	441	391	446	376	336
Estudiants admesos	32	39	37	36	45
Ingressos	32	39	37	40	46

Font: SINIA

Data informe: 01/06/2015

El primer a destacar és l'increment de places ofertes de nou ingrés, que aquest curs i d'ara endavant passa de 30 a 40. Això ha vingut decidit per la Generalitat de Catalunya.

A banda, tal i com es mostra a la taula 2, la demanda en 1a opció dels Estudis de Publicitat i Relacions Públiques augmenta considerablement. La demanda total disminueix lleugerament en aquest curs 2013-14, però continua doblant l'oferta. Així, pel que fa a la demanda en 1a opció, la ràtio demanda en 1a opció/Oferta continua estant gairebé al nivell del 2. Aquestes dades es valoren de manera positiva perquè suposen la consolidació i el manteniment de la qualitat en el grau.

D'altra banda, una altra xifra rellevant són els estudiants admesos i els ingressos. Des del punt de vista dels Estudis de Comunicació, és important que hi hagi un ajustament progressiu entre oferta i demanda. L'estructura dels Estudis de Comunicació de la URV s'articula al voltant d'un únic Programa Formatiu de Grau en Comunicació amb dos anys en comú pels Estudis de Periodisme, Publicitat i Relacions Públiques i per Comunicació Audiovisual. El fet que en cursos anteriors els alumnes admesos superessin les places ofertes havia introduït en les infraestructures docents (estudis de ràdio, platós de televisió, laboratoris de disseny, etcètera) pensades per a 30 alumnes, una certa pressió. El fet que el curs 2013-14 s'hagin admès 45 alumnes (en compte dels 37 admesos l'any anterior) suposa l'increment de la tensió.

Taula 3. Estudiants admesos, segons via

	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14
Proves d'accés a la Universitat (PAU) o assimilats	26	16	29	21	31
Esportista d'Elit/Alt Rendiment					1
Títol d'FP2, MP3 o CFGS i assimilats	3	9	4	11	6
PAU i assimilats que tenen començats estudis universitaris	2	10	1	1	5
FP2 o CFGS i assimilats que tenen començats estudis universitaris		2	1	2	1
Més grans de 25 anys	1		2	1	1

Font: SINIA

Data informe: 01/06/2015

Tal i com es mostra en la taula 3, tot i que el predomini d'admesos per la via de les proves d'accés a la Universitat és clar, aquest curs hi ha hagut un increment molt significatiu dels estudiants provinents de les PAU i assimilats que tenen començats estudis universitaris, i disminueixen els que provenen de títols d'FP2, MP3 o CFGS. D'aquesta manera, el grup que es conforma és un grup homogeni però amb un nombre d'estudiants que ja accedeixen amb estudis superiors més elevat. Aquests estudiants poden aportar al grup coneixements específics dels estudis de comunicació que poden enriquir les dinàmiques de grup. Per mantenir i incrementar els estudiants que accedeixen als Estudis de Publicitat i Relacions Públiques per aquesta via d'accés, els Estudis han posat en marxa processos de reconeixement de crèdits entre determinats CFGS i els Graus de Comunicació.

Taula 4. Nota mitjana d'accés dels estudiants matriculats, segons via

	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14
Proves d'accés a la Universitat (PAU) o assimilats	7,01	9,94	10,02	9,50	9,48
Títol d'FP2, MP3 o CFGS i assimilats	6,90	9,06	10,25	9,84	9,34
PAU i assimilats que tenen començats estudis universitaris	7,28	9,12			9,57
FP2 o CFGS i assimilats que tenen començats estudis universitaris		9,56	10,50	9,21	9,25
Més grans de 25 anys	6,39		8,22	6,75	7,50

Font: SINIA

Data informe: 01/06/2015

La nota mitjana d'accés dels estudiants matriculats en el curs 2013-14 disminueix mínimament en relació al curs anterior tot i que es manté en uns nivells elevats. Tot i això, en línies generals, les notes mitjanes de totes les vies d'accés als Estudis de Publicitat i Relacions Públiques es poden considerar altes i això genera un grup de classe amb suficient nivell acadèmic com per a seguir adequadament els continguts de les assignatures i l'assoliment de les competències (tal i com es mostra més endavant quan es parla de les taxes de rendiment).

Taula 5. Nota d'entrada a la titulació (nota de tall), segons via

	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14
Proves d'accés a la Universitat (PAU) o assimilats i				
Títol d'FP2, MP3 o CFGS i assimilats	8,47	9,01	8,40	8,58
Diplomats, Llicenciats i assimilats	6,60	5,00	6,20	5,00
Més grans de 25 anys	6,62	8,06	6,75	7,50
Més grans de 45 anys	5,00	5,00	5,00	5,00

Font: GenCAT

Data informe: Curs 13-14

La nota de tall per entrar a la titulació de Publicitat i Relacions Públiques ha experimentat el curs 2013-14 un lleuger increment en relació al curs anterior. Aquesta dada adquireix més valor si s'interpreta en el context del que està succeint en la resta de titulacions de Comunicació de les Universitats públiques catalanes. Totes aquestes universitats estan experimentant una lleu baixada de les notes d'accés, aproximadament en la línia de la davallada experimentada per la titulació de la URV en el curs anterior.

2.1.2 Característiques personals i socials dels alumnes de nou ingressats

Taula 6. Percentatge d'estudiants de nou ingressats segons edat

	2013-14		
	Total	Dona	Home
<=18	24%	20%	4%
19	11%	7%	4%
20	4%	3%	1%
21	2%	2%	
22	1%		1%
24	1%	1%	
25	1%		1%
28-29	1%	1%	
[30-34]	1%		1%

Font: SINIA

Data informe: 01/06/2015

Taula 7. Nombre d'estudiants de nou ingressats segons estudis familiars

	2010-11		2011-12		2012-13		2013-14	
	Estudis Pare	Estudis Mare	Estudis Pare	Estudis Mare	Estudis Pare	Estudis Mare	Estudis Pare	Estudis Mare
Altres / NS / NC	1	1			2		4	3
Batxillerat o FP 2n grau	8	8	14	8	15	12	7	9
Diplomat o Enginyer Tècnic	8	7	3	7		2	6	6
Doctor, Llicenciat, Enginyer o Arquitecte	4	4	5	6	2	2	8	9
EGB o FP 1r grau	9	8	5	7	8	11	11	10
Estudis primaris	6	8	6	6	6	5	7	5
Sense definir	3	3	3	3	6	6	3	3
Sense estudis			1		1	2		1

Font: SINIA

Data informe: 01/06/2015

Taula 8. Nombre d'estudiants de nou ingressats segons ocupació familiar

	2010-11		2011-12		2012-13		2013-14	
	Ocupació Pare	Ocupació Mare	Ocupació Pare	Ocupació Mare	Ocupació Pare	Ocupació Mare	Ocupació Pare	Ocupació Mare
Altres / NS / NC	12	15	9	9	12	13	16	18
Director o Gerent d'empreses o Institucions Públiques	4	4	5	5	3	1	6	3
Persones que no han tingut un treball remunerat				1				2
Sense definir	3	3	3	3	6	6	3	3
Treballador no qualificat		2	1	3		1	2	3
Treballador qualificat sect.	1		3		3		2	

agr. ramaderia o pesca									
Treballador qualificat sect. construcció i mineria	1								
Treballador qualificats sect. industrial	3	1	5		6	2	4	1	
Treballador qualificat sect. serveis	10	11	8	12	9	16	11	13	
Tècnic o professió associada a tit. univ.	5	3	3	4	1	1	2	3	

Font: SINIA

Data informe: 01/06/2015

Així mateix, s'extreu informació sobre el perfil dels estudiants de nou accés amb l'informe 1Q-1R. Aquests informes corresponen a l'estudi realitzat sobre "la incorporació dels estudiants de primer curs a la Universitat" i analitza els aspectes docents que determinen la integració dels estudiants durant el primer quadrimestre de vida universitària. Aquests aspectes s'analitzen des del punt de vista dels propis estudiants i contemplen tres àmbits: social, cognitiu i afectiu. Aquesta anàlisi es basa en una enquesta on-line per a la totalitat d'estudiants de nou accés al grau, així com en una entrevista qualitativa en petit grup.

A partir d'aquests informes 1Q-1R, corresponents al curs 2013-14, i amb una participació del 22,50% del total d'estudiants de nou accés del grau de Publicitat i Relacions Públiques, hem detectat que el perfil d'ingrés dels alumnes de 1r curs ha estat:

- El 77'78% són dones.
- El 77'78% tenen entre 18 i 21 anys.
- El 66'67% provenen de Batxillerat.
- El 55'56% només estudia.
- El 100% accedeixen a la Universitat per primera vegada.
- El 88'89% estan estudiant l'ensenyament elegit en primera preferència.
- El 55'56% no canvien el lloc de residència.
- El 77'78% han assistit a les jornades d'acollida.

2.1.3 Mecanismes habilitats per facilitar la incorporació dels alumnes

En relació al perfil d'estudiants de l'ensenyament els instruments que s'utilitzen per a comunicar-los són:

- **La Web de la URV i de la Facultat de Lletres:**

http://www.urv.cat/cae/graus/graudepublicitat.html#_2

- **Libret informatiu amb les titulacions de centre**

El perfil d'ingrés també es comunica al llibret de titulacions de la Facultat, que es fa anualment per donar difusió dels ensenyaments del centre. Aquest llibret es reparteix a les Jornades de portes obertes, així com a les fires d'ensenyament amb presència de la URV. També es pot consultar directament a la web de la Facultat de Lletres:

<http://www.fll.urv.cat/media/upload/arxius/activitats/LlibretFLL.pdf>

Segons dades de l'informe 1Q-1R, els estudiants del grau de Publicitat i Relacions Públiques han valorat de la següent manera el procés de matrícula i les jornades d'acollida:

- 2,67 sobre 4 el Procés de matrícula (1= molt dolent; 4 = molt bo).
- 2,67 sobre 4 les Jornades d'Acollida (1= molt dolent; 4 = molt bo).

2.2 Desenvolupament de l'ensenyament

2.2.1 Estudiants

Taula 9. Indicadors del perfil global de l'estudiant de la titulació

	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14
Estudiants totals matriculats	31	70	91	127	148
Dona	23	48	66	85	98
Home	8	22	25	42	50
Província					
Barcelona			20	25	31
Osca			2	2	1
Lleida			8	13	14
Santa Cruz de Tenerife			1	1	
Tarragona			60	85	100
València				1	1
A Corunya					1

Font: SINIA

Data informe: 01/06/2015



Tal i com es va exposar en la memòria verificada d'aquest Grau, més de la meitat dels estudiants del Grau de Publicitat i Relacions Públiques provenen de la província de Tarragona (com pot veure's a la Taula 9, un 75% provenen de Tarragona). Aquesta és una tendència que s'ha mantingut des de la implantació del Grau i mostra que els Estudis de Comunicació de la URV tenen una forta implantació territorial en línia amb la vocació territorial de la nostra Universitat. Tot i així, de les xifres de la taula 9 també es dedueix que un nombre important d'estudiants (en concret un 20%) prové de la província de Barcelona. D'aquesta manera, s'observa que els Estudis de Comunicació Audiovisual comencen a tenir una implantació territorial més àmplia.

Taula 10. Percentatge d'estudiants segons edat

	2013-14		
	Total	Dona	Home
<=18	24%	20%	4%
19	27%	21%	6%
20	32%	24%	8%
21	16%	11%	5%
22	17%	9%	8%
23	9%	3%	6%
24	5%	3%	2%
25	7%	4%	3%
26	4%		4%
28	1%	1%	
29	1%		1%
[30-34]	3%	2%	1%

Font: SINIA

Data informe: 01/06/2015

 UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI	Seguiment anual del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Facultat de Lletres <i>Curs 2013-14</i>	 FACULTAT DE LLETRES
---	---	---

2.2.2 Recursos humans: personal acadèmic i personal de suport a la docència

2.2.2.1 Personal acadèmic

Taula 11. Càrrega docent (en %) impartida segons categoria

	2011-12	2012-13	2013-14
DOCTOR			
Ajudant/a	4,47%	1,69%	
Ajudant/a Doctor/a	1,79%		
Associat/da Laboral	13,54%	7,77%	11,73%
Professorat Agregat	7,14%	9,63%	7,20%
Professorat Lector	5,80%	6,12%	4,35%
Investigador Postdoctoral			1,84%
Tècnic/a grup I	4,02%		
Titular d'Escola Universitària	1,79%	1,13%	1,00%
Personal Invest. en formació URV			0,25%
Titular d'Universitat	19,64%	15,55%	12,50%
Visitants amb contracte			0,67%
Sense assignar		1,52%	
TOTAL DOCTOR	58,19%	43,41%	39,54%
NO DOCTOR			
Associat/da Laboral	29,61%	46,99%	52,60%
Becari/ària Predoc. URV amb S. Social	1,04%	5,65%	
Personal Investigador novell	2,23%		
Personal Invest. en formació URV			1,59%
Titular d'Escola Universitària	8,93%	3,95%	6,27%
TOTAL NO DOCTOR	41,81%	56,59%	60,46%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

Font: SINIA

Data informe: 01/06/2015

Taula 12. % de docència impartida per PDI doctor

	2011-12	2012-13	2013-14
DOCTOR	58,19%	43,41%	39,54%
NO DOCTOR	41,81%	56,59%	60,46%
TOTAL	100,00%	100,00%	

Font: SINIA

Data informe: 01/06/2015

Tal i com s'observa en les taules 11 i 12, menys del 50% de la càrrega docent es duta a terme per professorat amb categories laborals a temps complet, que disminueix lleugerament respecte al curs anterior. Es preveu que el percentatge vagi augmentant a mesura que es vagi consolidant la plantilla del Departament d'Estudis de Comunicació. Actualment, el grup amb més càrrega docent són els professors no doctors (que duen a terme al voltant del 60% de la càrrega docent). Aquesta distribució de càrrega lectiva s'ajusta a la tipologia del grau, que té una important component pràctica.

Taula 13. % de PDI doctor al grau

	2011-12		2012-13		2013-14	
	N	% PDI doctor	N	% PDI doctor	N	% PDI doctor
DOCTOR						
Ajudant/a	1	2,70%	1	2,38%		
Ajudant/a Doctor/a	1	2,70%				
Associat/da Laboral	4	10,81%	4	9,52%	4	8,16%
Professorat Agregat	3	8,11%	3	7,14%	5	10,20%
Professorat Lector	3	8,11%	4	9,52%	3	6,12%
Tècnic/a grup I	1	2,70%	1	2,38%		
Personal Invest. en formació URV					1	2,04%
Investigador Postdoctoral					2	4,08%
Titular d'Escola Universitària	1	2,70%	1	2,38%	1	2,04%
Titular d'Universitat	8	21,62%	7	16,67%	6	12,24%
Visitants amb contracte					1	2,04%
TOTAL DOCTOR	22	59,45%	21	50,00%	23	46,94%
NO DOCTOR						
Associat/da Laboral	11	29,74%	17	40,48%	21	42,86%
Becari/ària Predoc. URV amb S. Social	2	5,41%	3	7,14%		
Personal Investigador novell	1	2,70%				
Personal Invest. en formació URV					3	6,12%
Titular d'Escola Universitària	1	2,70%	1	2,38%	2	4,08%
TOTAL NO DOCTOR	15	40,55%	21	50,00%	26	53,06%
Total	37	100,00%	42	100,00%	49	100,00%



Font: SINIA

Data informe: 01/06/2015

En aquesta mateixa línia, també baixa lleugerament respecte al curs anterior la docència impartida per professors/es titulars i professors/es lectors però puja el percentatge de docència impartida per professors/es agregats/es. Aquestes categories laborals estables imparteixen un alt percentatge de docència, però no supera a la de la resta de categories. La qual cosa posa de manifest que cal una consolidació del professorat dels estudis de Publicitat i Relacions Públiques i del Departament d'Estudis de Comunicació. Per altra banda, cal destacar la importància dels professors/es associats degut a les característiques específiques dels estudis de Publicitat i Relacions Públiques. La presència d'aquest col·lectiu és també una garantia de qualitat dels nostres estudis.

2.2.2.2 Personal de suport a la docència

Tal i com ja es va indicar en informes anteriors, a partir del curs 2009-2010, el Departament d'Estudis de Comunicació ha posat en marxa el programa formatiu de grau en comunicació adaptat a l'Espai Europeu d'Educació Superior. Aquest programa inclou els títols de Grau en Comunicació Audiovisual, Grau en Periodisme i Grau en Publicitat i Relacions Públiques. El curs 2013-2014 hi ha desplegat quatre cursos de grau, amb un total de **420 alumnes**.

 <p>UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI</p>	<p>Seguiment anual del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Facultat de Lletres</p> <p><i>Curs 2013-14</i></p>	
---	--	---

En aquest moment, el servei de suport a la docència en laboratoris el formen:

- 1 coordinador tècnic de laboratoris i servei de suport a la docència.
- 2'5 tècnics de laboratoris i suport a la docència més 1 becari/a.

El servei gestiona 9 laboratoris que donen servei ininterrompudament 12 hores diàries, en l'horari de les 8:30 a les 21:30 hores. Així, els tècnics es distribueixen en dos torns: matí i tarda. Les ràtios que es deriven d'aquestes dades són:

Alumnes matriculats = 420

Tècnics suport a la docència = 2,5

Número d'espais i laboratoris gestionats directament = 9

Ràtio alumnes/tècnic = 168 alumnes/tècnic

Descripció càrregues de feina exclusivament relacionades amb docència

Donem algunes pinzellades sobre la càrrega de feina del Servei de Suport a la Docència del DEC (Departament d'Estudis de Comunicació). En primer lloc tenim una classificació de les assignatures en base als requeriments específics d'experimentalitat (ordenades de major a menor intensitat d'ús d'equipaments professionals i laboratoris i, per tant, de necessitat de suport tècnic):



Les assignatures de nivell 1 requereixen un suport tècnic permament a les classes pràctiques, és a dir, la presència contínua del tècnic al laboratori mentre s'està impartint la docència pràctica per tal d'operar els equips del plató de televisió, l'estudi de ràdio i/o les cabines d'edició d'àudio i de vídeo.

A banda d'aquesta atenció tècnica presencial, es tracta d'assignatures amb una elevada càrrega de treball autònom de l'estudiant fora de l'horari de classe, treball vinculat a un ús intensiu d'equipaments de rodatge en exteriors i laboratoris audiovisuals (enregistrament, postproducció, etc.) que exigeix el corresponent suport tècnic: préstec, recollida i supervisió de material de sortida (mitjana de 376 sortides per quadrimestre i 752 sortides per curs), condicionament de cabines d'edició i laboratoris informàtics, atenció durant les hores de treball autònom de l'estudiant en els laboratoris (aclariment de dubtes, resolució de problemes informàtics), etc.

Les assignatures de nivell 2 no requereix generalment un suport tècnic presencial durant la impartició de la docència pràctica. En canvi, sí que comporten una feina de planificació, suport i manteniment tècnic força intens ja que totes elles ocupen laboratoris durant la docència pràctica i arran de l'activitat de treball autònom de l'estudiant fora d'hores lectives.

Les assignatures dels nivells 1 i 2 sumen un total de 237 crèdits de pràctiques de laboratori, és a dir, gairebé 2.400 hores lectives anuals, a les quals cal afegir les hores extres d'ocupació de laboratoris i/o equipaments per a treballs encarregats en el marc d'aquestes assignatures. Cal tenir en compte també que la docència teòrica corresponent, que totalitza 63 crèdits, també genera necessitats de suport tècnic (preparació d'aparells i espais per a visionats o audicions, per exemple). A tall de comparació, un tècnic a jornada completa treballa unes 1.680 hores anuals.

Assignatures de nivell 3, són assignatures que requereixen suport tècnic audiovisual/informàtic puntual. La resta d'assignatures de les titulacions de Publicitat i Relacions Públiques, de Periodisme i de Comunicació Audiovisual requereixen suport tècnic audiovisual o informàtic puntual (ús dels laboratoris informatitzats, ús molt

 <p>UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI</p>	<p>Seguiment anual del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Facultat de Lletres</p> <p><i>Curs 2013-14</i></p>	
---	--	---

esporàdic de laboratoris de televisió i ràdio, préstec de material audiovisual als alumnes per a treballs de curs, etc.). Una per una, el grau de requeriment de serveis tècnics per a aquestes assignatures és baix, però la suma de totes elles genera una pressió considerable, que s'afegeix a la dedicació que exigeixen les assignatures de nivell 1 i 2.

Descripció de la feina dels tècnics de suport a la docència per tipologia

- Suport a la docència

Els tècnics que formen l'equip participen activament en les sessions de pràctiques desenvolupades pels alumnes sota la supervisió del professorat. A més a més de la preparació prèvia de la pràctica i resolució de problemes durant la mateixa, aporten com a valor afegit distintiu el desenvolupament de rols totalment assimilables a entorns reals de l'àmbit professional. A més a més, es realitza un seguiment presencial o la monitorització en línia, a través de programari de control remot, de les estacions de treball en els quals els alumnes treballen, amb l'objectiu de donar assistència, detectar problemes o dinàmiques improductives.

- Custòdia dels equipaments

Es realitza l'observació permanent dels laboratoris del Departament: estudi de ràdio, platós de televisió, laboratoris de disseny i mitjans on-line, laboratoris de tractament d'imatge (cabines d'edició), equips de rodatge i fotografia digital.

Es té cura de les instal·lacions des d'una triple vessant: mode preventiu per a evitar avaries, intervencions de reacció per a minimitzar l'impacte de les avaries en el desenvolupament de les pràctiques docents i revisió general i preparació de les infraestructures abans de cada semestre. També es realitzen els préstecs del material als alumnes per a la realització de les pràctiques encarregades on s'inclouen les operacions de preparació, préstec, recepció i gestió d'arxius resultants.



2.2.3 Recursos materials i serveis

Tal i com ja es va assenyalar en els Informes de Seguiment dels cursos 2009-10, 2010-11 i 2011-12 durant els dos primers cursos de la titulació, els estudiants de Publicitat i Relacions Públiques comparteixen espais amb els estudis de Comunicació Audiovisual i de Periodisme. Aquest fet, sumat a l'elevat nombre d'alumnes fa que hi hagi una alta pressió sobre els espais de docència, especialment a partir d'aquest curs 2013-14, que han augmentat el nombre de places per grau. En memòries anteriors, es va afirmar que de cara al futur, calia plantejar-se com solucionar aquest aspecte mitjançant l'habilitació de nous espais o a través d'una major segmentació dels grups. En aquest sentit, cal dir que el Departament d'Estudis de Comunicació continua treballant en aquesta línia i es manté el procés de desdoblament de grups de primer curs així com, que s'ha produït en la seva totalitat.

2.2.4 Desenvolupament docent

2.2.4.1 Metodologies docents, sistema d'avaluació i mida de grups

En relació a la mida dels grups, cal diferenciar entre els diferents tipus d'assignatura i el curs en el que s'imparteixen. Com ja s'ha assenyalat anteriorment, els dos primers cursos dels Estudis de Periodisme es desenvolupen dins el Programa Formatiu del Grau de Comunicació i per tant, aquest grup s'integra en un grup més gran. Per aquest motiu, tal i com es mostra a la taula 14, els grups dels primers dos cursos són



 UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI	Seguiment anual del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Facultat de Lletres <i>Curs 2013-14</i>	 FACULTAT DE LLETRES
---	---	---

molt nombrosos. Aquesta situació es dona sobretot en primer curs on, com es veu a la taula 14, gairebé totes les assignatures superen els 100 alumnes. Per intentar pal·liar l'impacte de grups tant gran, els Estudis de Comunicació han seguit dues estratègies. En primer lloc, s'han dividit tots els grups teòrics de les assignatures de primer curs i s'han creat grup de matí i grup de tarda. En concret, en el curs 2011-12 es va dividir el grup teòric de l'assignatura de *Teories de la Comunicació* i el curs 2012-13 es va dividir el grup teòric de l'assignatura d'*Opinió Pública*. En el curs 2013-14 s'han dividit totes les assignatures menys les de llengües, que ja estan dividides perquè els alumnes trien una o l'altra. En segon lloc, també s'han dividit les sessions pràctiques de cada assignatura passant a dos grups en totes les assignatures de primer excepte l'assignatura de Tecnologia, que donat el seu caràcter pràctic i la necessitat d'equipament que requereix, ha dividit els grups de pràctiques en 3, amb l'objectiu que els grups més reduïts puguin tenir millor accés als equipaments. La mida dels grups es redueix considerablement a partir de tercer curs. En el tercer curs els grups es divideixen per Graus i la mida dels grups se situa al voltant dels 40 alumnes.

A això cal afegir que en totes les assignatures les metodologies docents són variades, i no hi ha cap assignatura on l'avaluació consisteixi únicament en un examen final. Les proves predominants en la majoria d'assignatures són les Proves objectives de preguntes curtes i les Proves objectives de tipus test. Totes les assignatures teòriques fan seminaris, debats, resolució de problemes a l'aula o alguna altra metodologia a més de les sessions magistrals.

Taula 14. Mida del grup per a cada assignatura

Assignatura	Curs	Tipologia	Crèdits	Mida del grup	Nº total d'estudiants matriculats a l'assignatura
Estructura i Canvi Social	1	Formació bàsica	6	42	127
Ordenament Jurídic i Sistema Polític	1	Formació bàsica	6	42	129
Introducció a la Psicologia	1	Formació bàsica	6	47	135
Teories de la Comunicació	1	Formació bàsica	6	45	139
Opinió Pública	1	Formació bàsica	6	48	135
Tecnologia Audiovisual i d'Internet	1	Formació bàsica	9	54	148
Estàndard Oral i Escrit de la Llengua (Català)	1	Formació bàsica	9	27	73
Història del Món Actual	1	Formació bàsica	6	43	128
Corrents Estètics Contemporanis en Comunicació	1	Formació bàsica	6	44	129
Estàndard Oral i Escrit de la Llengua (Castellà)	1	Formació bàsica	9	17	56
Introducció a l'Economia i a l'Empresa	2	Obligatòria	9	37	95
Comunicació i Expressió Oral	2	Obligatòria	6	36	103
Teoria i Tècnica del Llenguatge Audiovisual	2	Obligatòria	9	36	95
Fonaments del Periodisme	2	Obligatòria	9	39	100
Història i Estructura de la	2	Obligatòria	9	34	103

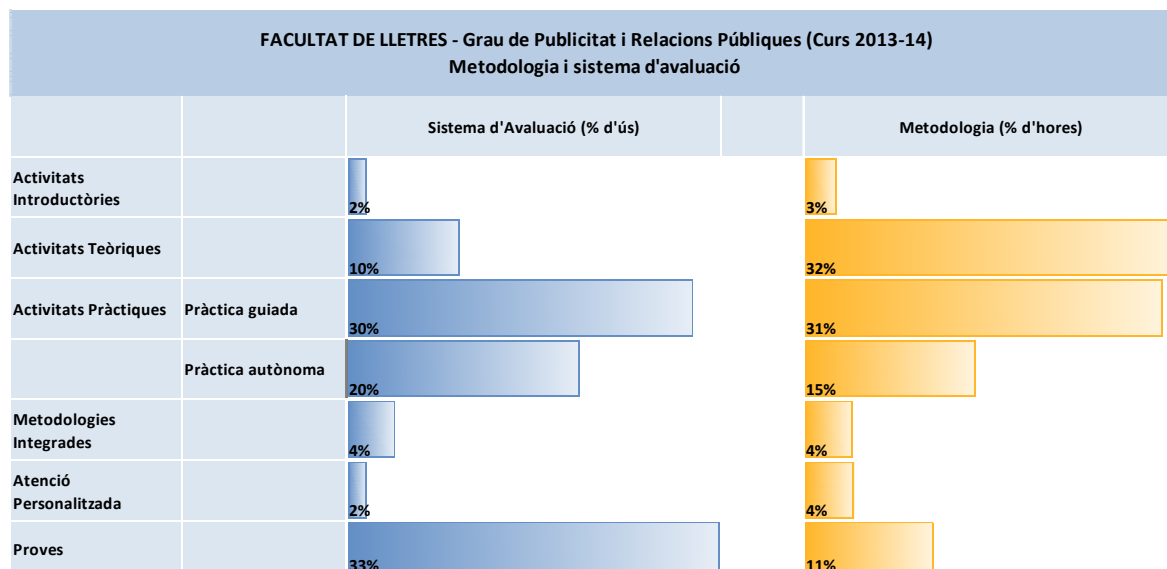
 UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI	Seguiment anual del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Facultat de Lletres <i>Curs 2013-14</i>	 FACULTAT DE LLETRES
---	---	---

Comunicació					
Fonaments de la Comunicació Publicitària i de les Relacions Públiques	2	Obligatòria	9	33	93
Disseny Gràfic i Multimèdia	2	Obligatòria	9	39	106
Teoria de la Imatge	3	Obligatòria	6	41	109
Dret de la Comunicació	3	Obligatòria	6	41	109
Ciutadania	3	Obligatòria	6	39	102
Creativitat Publicitària	3	Obligatòria	9	40	40
Tècniques de les Relacions Públiques	3	Obligatòria	9	39	39
Tècniques de Màrqueting i Comunicació	3	Obligatòria	6	43	51
Planificació de Mitjans	3	Obligatòria	6	39	39
Comunicació i Imatge corporativa	3	Obligatòria	6	47	47
Direcció de Comptes en Publicitat i en Relacions Públiques	3	Obligatòria	6	45	45
Treball de Fi de Grau	4	Obligatòria	12	23	23
Pràctiques Externes	4	Obligatòria	12	17	17
Esriptura Creativa	4	Optativa	6	10	45
Expressió Corporal i Comunicació No Verbal	4	Optativa	6	15	47
Fotografia Documental i Publicitària	4	Optativa	6	12	40
Globalització, Cultura i Societat	4	Optativa	6	15	40
Gestió d'Esdeveniments i Protocol	4	Optativa	6	23	23
Investigació de Mercats	4	Optativa	6	16	22
Màrqueting Directe i Interactiu	4	Optativa	6	27	27
Relacions amb els Mitjans	4	Optativa	6	16	16
Dret i Gestió de Continguts	4	Optativa	6	3	14
Patrocini i Mecenatge	4	Optativa	6	17	19

Font: Pla d'Ordenació Acadèmica (per a la mida de grup i pel nombre d'estudiants matriculats per assignatura).

Data: curs 2013-14

Taula 15. Ús de les metodologies i sistema d'avaluació.



2.2.4.2 Ús de recursos docents virtuals

L'Entorn Virtual de formació de la URV està basat en la plataforma Moodle, per cada assignatura es genera un aula virtual a la qual tenen accés el professorat i els estudiants corresponents. Tot i així la correspondència entre assignatures i aules no és biunívoca, ja que es poden realitzar unions, divisions o duplicacions d'aules virtuals segons els responsables d'assignatura ho considerin adient pel desenvolupament de les mateixes.

Dins de l'aula virtual els professors i els estudiants disposen d'una sèrie de funcionalitats per la publicació de continguts, la realització de diferents tipus d'activitats, així com diferents eines de comunicació, incloent webconferències i publicació de notes personalitzada.

Aquest curs acadèmic les aules virtuals disponibles per la nostra titulació han estat 41, de les quals han estat utilitzades pels professors i estudiants 38, que suposa un percentatge del 92,68%. Del total d'usuaris amb rol de professor dins de les aules virtuals de la titulació, s'ha connectat regularment a l'aula virtual el 62,47%, i d'estudiants el 74,62%.

Cal indicar que aquestes aules virtuals, de vegades, son compartides entre assignatures de diferents titulacions. Per la qual cosa, en el còmput d'aquests percentatges, en el cas d'aules compartides, hi compten tots els usuaris professors i alumnes, independentment que siguin d'aquesta titulació o d'altres amb les que comparteixi l'aula virtual.

2.2.4.3 Acció Tutorial

A continuació presentem els resultats relacionats amb el desenvolupament del Pla d'Acció Tutorial (PAT, a partir d'ara). Aquests es poden veure en més detall a l'Informe d'Avaluació del PAT de la Facultat de Lletres.



- La Facultat de Lletres disposa d'un PAT on hi consten totes les accions d'orientació destinades als estudiants. Entre aquestes hi consta la figura del tutor de titulació.
- El PAT s'ha implantat al 1r, 2n, 3r i 4t curs del grau de Publicitat i Relacions Públiques.
- El PAT esta públic a http://www.fll.urv.cat/media/upload/arxius/garantia-qualitat/PAT_facultat-lletres_URV.pdf
- Anualment es realitza una avaluació del PAT que conclou amb un informe valoratiu del mateix.
- Des de la Coordinació del PAT s'han realitzat diferents accions de seguiment per a l'assegurament de la qualitat del PAT:

Taula 16. Accions de seguiment i avaluació del PAT durant el curs 2013-2014

Moment	Acció
Inici de curs	Reunió de coordinació amb els RPAT de cada grau i ells amb els seus tutors/es
	Ús de l'espai moodle "Eines per als tutors/es"
	Formació de tutors/es
Mitjans de curs	Reunió coordinació amb tutors/es
	Comunicació virtual entre Coordinador/a de PAT, TSOD i tutors/es al llarg del curs.
Final de curs	Informes automàtics e-tutoria
	Reunió de coordinació amb els RPAT de cada grau i ells amb els seus tutors/es
	Qüestionari web estudiants
	Qüestionari on-line tutors/es
	Informe d'avaluació del PAT

Font de les dades: Informe avaluació PAT curs 2013-14

- S'han realitzat les següents accions d'orientació destinades als estudiants:
 - Tutoria amb estudiants prèvia a la matrícula (alumnes nou accés)
 - Jornada d'Acollida (alumnes nou accés)
 - Tutories de titulació
 - Sessions informatives a nivell de curs (mobilitat, pràctiques externes, oferta d'optatives, Treball de Fi de Grau, etc.)
- Al grau de Publicitat i Relacions Públiques la ràtio d'estudiants per tutor és de 19.
- S'han realitzat 33 tutories. Totes les tutories han estat presencials; 22 han estat tutories individuals i 11 en grup.
- Les temàtiques més treballades, de major a menor grau (entre parèntesi s'indica el número de vegades que ha estat treballada), han estat: Seguiment de competències (14), Introducció a la tutoria (12) i Planificació (12).

 <p>UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI</p>	<p>Seguiment anual del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Facultat de Lletres</p> <p><i>Curs 2013-14</i></p>	
---	---	--

- El 36% dels estudiants han participat a les tutories. El 15% dels estudiants han emplenat la fitxa de perfil.
- El 100% dels tutors del grau i el 57% dels estudiants han accedit a l'espai d'e-tutoria.

2.2.4.4 Pràctiques externes



Les pràctiques externes estan regulades per:

- L'Estatut de l'Estudiant Universitari, aprovat pel Reial decret 1791/2010 de 30 de desembre.
- El Reial Decret 1497/1981, de 19 de juny, modificat pel Reial Decret 1845/1994, de 9 de setembre, sobre programes de cooperació educativa.
- La normativa de pràctiques externes de la URV, aprovada pel Consell de Govern de 10 de juliol de 2008, com a normativa interna integradora de totes les pràctiques externes tutelades per la URV.
- La normativa de pràctiques externes de la Facultat de Lletres, aprovada per la Junta de Facultat de 13 de març de 2013, com a normativa interna integradora de totes les pràctiques externes tutelades per la Facultat.

Pràctiques Externes és una assignatura obligatòria de 4t.

Les dades resultants són les següents:

- Tipologia de pràctiques externes:
 - o Número de pràctiques curriculars - 16
 - o Número de pràctiques extracurriculars - 15
- Agents implicats:
 - o Número de tutors acadèmics – 1
 - o Número de tutors professionals – 25
 - o Número d'estudiants – 25
- Entitats col·laboradores:
 - o AG Planning Events, S.L.
 - o Ajuntament de Tarragona
 - o Amor de Marca, S.C.P.
 - o Atres Advertising, S.L.U.
 - o Auriga Serveis Culturals, S.L.
 - o Avellana Digital, S.L.
 - o Centre d'Estudis i Orientació Professional, S.L.
 - o Dakotabox
 - o English Summer, S.A.
 - o Garamond, S.L.
 - o Generalitat de Catalunya (Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural)
 - o Gestión 4, S.L.U.
 - o Grey España, S.L.U.
 - o Hermanos Guasch, S.A.
 - o Naya Casanova, S.L.
 - o Port Aventura Entertainment, S.A.
 - o Reus Comunicació Digital, C.B.
 - o Reus Desenvolupament Econòmic, S.A.
 - o Tacdotze EPE
 - o Technology in Live Development SL

 <p>UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI</p>	<p>Seguiment anual del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Facultat de Lletres</p> <p><i>Curs 2013-14</i></p>	
---	---	---

- Tinkle Consultants
- V3rtice, S.C.P.
- Valpertot, S.L. (Vapor Lab)
- Wuala World SL

La informació pública sobre les Pràctiques externes es troba a la guia docent de l'assignatura:

http://moodle.urv.cat/docnet/guia_docent/index.php?centre=12&ensenyament=1222&assignatura=12224401&any_academic=2013_14&any_academic=2013_14

Així mateix, la informació pública sobre les pràctiques externes a nivell de la URV es troba al següent enllaç.

http://www.urv.cat/serveis_universitaris/borsa_de_treball/index.html

Els Estudis de Publicitat i Relacions Públiques han establert un protocol per a la gestió de l'assignatura obligatòria de Pràctiques Externes. Aquest protocol és públic i es troba a la guia docent de l'assignatura (com s'indica més amunt). Tota la informació referida a les pràctiques en els Estudis de Comunicació pot consultar-se a l'adreça web:

http://www.urv.cat/universitat/centres_departaments/comunicacio/practiques.html

Cada estudiant dels Estudis de Comunicació ha de triar tres llocs de pràctiques que poden seleccionar d'un llistat d'empreses amb les quals es té conveni de col·laboració. Amb aquesta informació tots els estudiants omplen un google docs, la informació que apareix en aquest document és vinculant per l'alumne. Les responsables de les pràctiques distribueixen els llocs entre els alumnes que l'han seleccionat, en cas de que dos o més estudiants escullin el mateix lloc, el desempat es fa mitjançant la nota de l'expedient. Si l'estudiant no pot accedir al primer lloc escollit, se li assigna el segon o el tercer. En cas que cap dels llocs sol·licitats estigui disponible, l'estudiant té una tutoria amb la tutora de pràctiques dels Estudis de Comunicació per seleccionar altres possibilitats. Cal tenir en compte que les ofertes es poden anar incrementant durant el curs. Quan entra una nova oferta, es comunica a aquelles persones que encara no tenen empresa assignada.

Els estudiants també poden buscar empresa pel seu compte. L'empresa amb la que contacti l'estudiant no ha d'estar en el directori d'empreses amb les que ja es té conveni. Un cop fet el contacte per part de l'alumne, la URV contacta amb l'empresa per fer el conveni de pràctiques.

La selecció de l'empresa i l'assignació dels llocs es fa mitjançant la valoració si el perfil de l'empresa s'adequa al perfil de les competències que ha d'assolir l'estudiant. Les responsables de pràctiques dels Estudis de Comunicació contacten amb les empreses per fer les assignacions dels estudiants i al final del procés per recollir les valoracions. Durant el desenvolupament de les pràctiques dels estudiants els contactes només tenen lloc en cas de que calguin aclariments o que sigui necessari solucionar problemes que puguin anar sorgint. Cal dir que els Estudis de Comunicació tenen convenis de pràctiques amb una àmplia gamma d'empreses tant del territori com d'altres llocs, amb les que porta col·laborant des de fa temps i el contacte amb elles acostuma a ser molt fluït.

El seguiment i avaluació de les pràctiques es duu a terme mitjançant una doble via. D'una banda, els tutors de les empreses han d'omplir una fitxa d'avaluació en la que valoren diferents aspectes de la feina duta a terme pels estudiants. Aquesta avaluació

suposa un 75% de la nota final. D'altra banda, els estudiants han de realitzar una memòria mitjançant la qual s'autoavaluen. Aquesta avaluació suposa el 25% de la nota final de l'assignatura. Les fitxes d'avaluació estan disponibles a l'espai moodle de l'assignatura.

En el curs 2012-13, els estudiants de Publicitat i Relacions Públiques que van realitzar les seves pràctiques van tenir una nota molt elevada. L'índex de satisfacció de les empreses i dels estudiants va ser molt alt.



2.2.4.5 Mobilitat

A la URV els estudiants de grau poden participar en diferents programes de mobilitat, com són:

- ERASMUS: Erasmus és el programa corresponent a l'educació superior dins el Programa d'Aprenentatge Permanent (Lifelong Learning Programme) de la Unió Europea.
 - Erasmus Estudis consisteix en la realització d'un període d'estudis en una institució d'educació superior d'un altre país europeu.
 - Erasmus Pràctiques consisteix en la realització d'un període de pràctiques durant un període de temps en una empresa o organització d'un altre país europeu.
- SICUE: El Sistema de Intercambio entre Centros Universitarios Españoles (SICUE) és un programa de mobilitat d'estudiants establert per les universitats espanyoles que formen part de la CRUE (Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas). Aquest programa dona als estudiants la possibilitat de cursar part de la seva carrera en una universitat diferent a la seva i amb la garantia d'obtenir reconeixement acadèmic.
- MOU: El programa MOU consisteix en la realització d'un període d'estudis en una institució d'educació superior estrangera amb què la URV tingui conveni fora de l'EEES.

Un cop definits els diferents programes de mobilitat de la URV, es presenten les dades de participació referents al grau de Publicitat i Relacions Públiques per al curs 2012-13:

- Erasmus Estudis: 5
Universitats de destí per països (entre parèntesi el nombre de intercanvis):
 - BÈLGICA
Thomas More University College (1)
 - ITÀLIA
Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM di Milano (1)
 - ALEMANYA
Universitaet Hohenheim (1)
 - FINLÀNDIA
Tampereen Yliopisto (1)
 - SUÏSSA
Università della Svizzera Italiana (1)
- Erasmus Pràctiques: 0
- SICUE: 0
- MOU: 0

 <p>UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI</p>	<p>Seguiment anual del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Facultat de Lletres</p> <p><i>Curs 2013-14</i></p>	
---	---	--

Al llarg del curs 2013-14, sis estudiants de Publicitat i Relacions Públiques es van acollir als programes de mobilitat i van escollir la Universitat Rovira i Virgili com a destinació. Es tracta d'un nombre elevat de persones tenint en compte que en els Estudis de Comunicació la mobilitat només pot dur-se a terme al llarg del quart curs.



Als Estudis de Comunicació hi ha tres persones responsables de la mobilitat (una gestiona els estudiants IN, una altra els estudiants OUT i una altra els estudiants SICUE –tant IN com OUT–). En relació a la gestió dels estudiants OUT (és a dir, aquells estudiants de la URV que fan un programa de mobilitat Erasmus, SICUE o MOU) el responsable de mobilitat dels Estudis programa tres reunions amb els estudiants (a més a més de les reunions organitzades per l'International Center de la URV on es dona la informació més general dels programes d'intercanvi). La primera reunió té lloc durant el tercer curs i està adreçada a aquells/es que estan interessats/des en una estada. En aquesta reunió s'expliquen les places que s'ofereixen, així com els procediments que s'han de seguir per sol·licitar la mobilitat. La segona reunió té lloc un cop ja s'han sol·licitat les places, i un cop assignades es du a terme una tutoria personalitzada amb cadascun dels estudiants per assessorar-los en l'elecció d'assignatures i per resoldre les casuístiques específiques de cadascun d'ells. Per últim, a la tornada de l'estada es fa una última reunió per a valorar l'experiència. Cal dir que al llarg de l'estada, el responsable de mobilitat dels Estudis de Comunicació manté contacte amb els estudiants via correu electrònic i *skype*.

Els estudiants poden consultar tota la informació actualitzada referent a les estades de mobilitat dels Estudis de Comunicació en la següent adreça web:

http://www.urv.cat/universitat/centres_departaments/comunicacio/universitats_desti.html

Per recollir les valoracions dels estudiants sobre la seva estada de mobilitat, els responsables de mobilitat dels Estudis de Comunicació, van posar en marxa durant el curs 2012-13, i encara és vigent, un document compartit on els estudiants de mobilitat poden expressar la seva opinió sobre diversos aspectes de la seva mobilitat (opinió sobre la universitat de destí, quines assignatures recomanaria i quines no i perquè, allotjament, valoració de la ciutat de destí) amb l'objectiu de que aquestes opinions puguin ajudar a futurs estudiants en mobilitat. El document compartit és públic i pot consultar-se a la següent adreça:

<https://docs.google.com/spreadsheet/cc?key=0Aow092RkPrPYdEdjU1hNN2hhM2o3V25OYIJwRnJZdGc#gid=0>

 <p>UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI</p>	<p>Seguiment anual del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Facultat de Lletres</p> <p><i>Curs 2013-14</i></p>	
---	--	---

2.2.4.6 Treball Fi de Grau

El Treball de Fi de Grau (a partir d'ara, TFG) és una assignatura obligatòria de 4t i per al curs 2013-14 s'han matriculat 23 estudiants.

Tota la informació sobre el TFG dels Estudis de Comunicació es troba recollida a les Directrius de TFG, que és consultable pels estudiants a través del moodle de l'assignatura. En aquestes Directrius, que s'ajusten a la Normativa de Treball de Fi de Grau de la Facultat de Lletres, s'estableix que el treball de fi de grau consisteix en la realització d'un treball i en la seva defensa pública. Aquest treball es realitzarà obligatòriament sota la supervisió d'un tutor o tutora, que una vegada assignat i acceptat per la corresponent comissió de TFG no es podrà canviar.

Les principals competències que desenvoluparà el TFG en el Programa Formatiu de Grau en Comunicació són la B8 (Gestionar projectes tècnics o professionals) i la C6 (Definir i desenvolupar el projecte acadèmic i professional).

Les tutories seran presencials, excepte pels alumnes i les alumnes que vulguin realitzar una estada Erasmus o SICUE en que les tutories es duran a terme de manera virtual d'acord amb les indicacions del tutor o tutora del treball.

El treball de fi de grau podrà ser de caràcter individual o en grup, excepte pels alumnes i les alumnes que realitzin el treball de fi de grau durant una estada Erasmus o SICUE que hauran d'escollir una modalitat de treball individual. Cada ensenyament del Programa Formatiu de Grau establirà les condicions en què es poden dur a terme cadascuna de les modalitats.



A més a més de les llengües oficials de la URV, el treball de fi de grau es podrà realitzar i defensar en anglès. D'aquesta manera quedarà assolida la competència nuclear C1 (Dominar en un nivell intermedi una llengua estrangera, especialment l'anglès).

A nivell organitzatiu, es crearà una comissió de treball de fi de grau per a cadascun dels graus del Programa Formatiu de Grau en Comunicació, constituïda per tres professors/es dels Estudis. Aquesta comissió serà l'encarregada d'assignar els tutors/es, de nomenar el tribunal que valorarà la defensa pública i de prendre aquelles decisions organitzatives que no estiguin recollides a aquesta normativa.

Per matricular el TFG cal tenir superats com a mínim 168 crèdits del grau corresponent.

El calendari general d'organització del treball de fi de grau per al curs 2013-2014 és el següent:

- Març de 2013: difusió a través de Moodle de la informació sobre el treball de fi de grau entre l'alumnat de tercer dels graus de Comunicació Audiovisual, de Periodisme i de Publicitat i Relacions Públiques.
- 10 de juny de 2013: data límit per a l'enviament de les fitxes de preferència dels alumnes a través de Moodle (espai "TFG 2013-2014").

 <p>UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI</p>	<p>Seguiment anual del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Facultat de Lletres</p> <p><i>Curs 2013-14</i></p>	
---	--	---

- Principis de juliol de 2013 (dates per determinar): matrícula del TFG, juntament amb la resta d'assignatures del curs 2013-2014.
- Setmana del 22 al 26 de juliol de 2013: data límit per a l'assignació de la modalitat de treball de fi de grau i del tutor/a per part de les comissions de treball de fi de grau. Comunicació als alumnes.

El TFG s'avalua en convocatòria única i continuada, sense possibilitat d'avaluació única final. Si el treball se suspèn o no es presenta s'haurà de tornar a matricular el curs següent.

Existeix no obstant la possibilitat d'endarrerir la data de la convocatòria d'avaluació al mes de setembre. Per formalitzar aquesta opció caldrà fer el tràmit corresponent abans de l'1 de maig de 2014, tal com s'explica a l'adreça web:

http://www.urv.cat/gestio_academica/tramits_administratius/proc_endarreriment_treball_fi_grau_pract.html

El responsable únic de l'avaluació serà el tutor/a del treball i la defensa pública és obligatòria i es durà a terme davant un tribunal nomenat amb aquesta finalitat per la Comissió de treball de fi de grau de cada ensenyament.

Hi haurà dues dates possibles d'avaluació del TFG, la primera al mes de juny i la segona al mes de setembre. L'alumnat que ho consideri necessari podrà demanar ser avaluat al mes de setembre en lloc de ser-ho al mes de juny.



La nota final del treball s'obindrà a partir de quatre notes parcials: una nota corresponent al seguiment de l'avaluació continuada (40% de la nota final), una nota corresponent al producte final (40% de la nota final), una nota corresponent a la memòria final d'elaboració del treball (10% de la nota final) i una nota corresponent a la defensa pública del treball (10% de la nota final).

La memòria final, de lliurament obligatori en totes les tipologies de treball, tindrà una extensió mínima de 1.600 paraules. En treballs en grup, cada membre del grup redactarà individualment una memòria. El document inclourà els següents elements bàsics, a més dels que determini cada comissió:

- Reflexió sobre l'evolució de l'execució del treball des de la idea inicial fins al producte final, raonant els canvis i decisions preses.
- Tasques realitzades i repartiment de responsabilitats en cas de treballs en grup.
- Reflexió valorativa sobre el procés d'elaboració del treball i autoavaluació de l'assoliment de les competències.

Només es podran defensar públicament els treballs que hagin estat autoritzats pel tutor/a. L'acte de defensa pública de cada treball tindrà una durada aproximada de 20-30 minuts i haurà de seguir preferentment la següent estructura:

- Exposició per part de l'estudiant. En el cas dels treballs de recerca, aquesta ha d'incloure els objectius, la metodologia i les conclusions del treball. En el cas dels treballs professionals es presentarà l'objectiu del producte elaborat, una breu explicació de com ha transcorregut la seva elaboració i

 <p>UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI</p>	<p>Seguiment anual del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Facultat de Lletres</p> <p><i>Curs 2013-14</i></p>	
---	--	--

una valoració dels punts forts i febles del producte final. La durada de l'exposició de l'estudiant ha de ser de 10 minuts.

- Formulació de comentaris i preguntes per part del tribunal.
- Resposta per part de l'estudiant si el tribunal li planteja preguntes directes.
- Deliberació del tribunal.
- Anunci de la qualificació de l'exposició.
- La comissió de treball de fi de grau corresponent comunicarà a cada estudiant el dia, l'hora i el lloc de defensa pública, amb una antelació mínima de set dies.
- Els treballs de fi de grau que es realitzin en estades de mobilitat es defensaran públicament en les mateixes dates que la resta dels treballs. Això és, del 25 al 28 de juny o el 9 de setembre.



El calendari del TFG per als lliuraments finals al mes de juny és:

- 27 de setembre de 2013: data límit per a la presentació davant del tutor o tutora de la idea i del pla de treball. En el cas dels treballs de recerca caldrà presentar un índex provisional.
- 20 de desembre de 2013: data límit per a la presentació davant del tutor/a dels resultats parcials del treball realitzat assolits fins al moment, d'acord amb els requisits i les condicions pactats prèviament entre l'estudiant i el tutor/a.
- 21 de març de 2014: data límit per a la presentació davant del tutor dels resultats parcials del treball realitzat fins al moment, d'acord amb els requisits i condicions pactats prèviament entre l'estudiant i el tutor/a.
- 2 de juny de 2014: data límit per al lliurament del producte final i de la memòria individual.
- Setmana del 23 al 27 de juny de 2014: defensa pública del treball.

El calendari del TFG per als lliuraments finals al mes de setembre és:

- 27 de setembre de 2013: data límit per a la presentació davant del tutor o tutora de la idea i del pla de treball. En el cas dels treballs de recerca caldrà presentar un índex provisional.
- 20 de desembre de 2013: data límit per a la presentació davant del tutor/a dels resultats parcials del treball realitzat assolits fins al moment, d'acord amb els requisits i les condicions pactats prèviament entre l'estudiant i el tutor/a.
- 21 de març de 2014: data límit per a la presentació davant del tutor dels resultats parcials del treball realitzat fins al moment, d'acord amb els requisits i condicions pactats prèviament entre l'estudiant i el tutor/a.
- 1 de setembre de 2014: data límit per al lliurament del producte final i de la memòria individual.
- 8 i 9 de setembre de 2014: defensa pública del treball.

Es poden realitzar dos tipus de treball fi de grau: treballs de recerca i treballs professionals. Els treballs de recerca consisteixen en una investigació, en què s'hauran de posar en pràctica alguna/es tècnica/es d'investigació en l'anàlisi d'algun objecte

 <p>UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI</p>	<p>Seguiment anual del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Facultat de Lletres</p> <p><i>Curs 2013-14</i></p>	
---	---	---

d'estudi comunicatiu. Els treballs professionals se centren en la planificació i en la realització d'un projecte o un producte professional dins de cadascun dels àmbits del Programa Formatiu de Grau en Comunicació: Comunicació Audiovisual, Periodisme i Publicitat i Relacions Públiques.

Totes les propostes de treball de recerca dels tres àmbits del Programa Formatiu de Grau en Comunicació s'han d'ajustar a alguna de les línies de recerca del Grup d'Asterisc (<http://www.urv.cat/asterisc/linies.html>). Aquest tipus de treball només podrà ser de caràcter individual.

Cadascun dels tres graus del Programa Formatiu de Grau en Comunicació marca unes especificitats per als treballs professionals en cadascun dels seus estudis. Les especificitats dels treballs de Comunicació audiovisual es poden consultar a:

http://moodle.urv.cat/docnet/guia_docent/index.php?centre=12&ensenyament=1222&assignatura=12224301&any_academic=2013_14&any_academic=2013_14

En el curs 2013-14 es van matricular 23 treballs en els Estudis de Publicitat i Relacions Públiques, dels quals 12 van ser defensats i aprovats al juny i 6 al setembre.

2.2.4.7 Orientació professional i inserció laboral

En el cas del grau de Publicitat i Relacions Públiques, els aspectes relacionats amb la inserció laboral encara no apliquen perquè la primera promoció de graduats va sortir al juliol-setembre de 2013.

Actualment, la única informació que es té al respecte és la proporcionada en les tutories. Així, doncs, en relació a l'orientació professional i inserció laboral, s'ha treballat la temàtica "Orientació professional" en 4 tutories.

2.2.5 Satisfacció

Tal i com es va portar a terme per als cursos anteriors, durant el curs 2013-14 hi ha hagut a la web de la Facultat de Lletres una bústia de reclamacions, incidències, suggeriments i felicitacions per tal que els estudiants s'hi poguessin dirigir als òrgans de la Facultat amb els seus comentaris. Durant aquest curs acadèmic no s'ha rebut cap comentari al respecte.

Durant el curs 2013-14 s'ha recollit informació de l'Enquesta de satisfacció dels estudiants (a partir d'ara, EPD) i de l'enquesta 1Q1R.

L'objectiu de l'EPD és conèixer l'opinió dels estudiants de la URV en relació a aspectes clau sobre l'espai europeu (competències, metodologies, avaluació continuada, etc.). Un 8,26% dels estudiants de la titulació han respost l'enquesta on-line, que valora de l'1 al 4 les qüestions plantejades (on 1=molt dolent i 4=molt bo). Tot i ser poc representatius, facilitem els resultats d'algunes de les preguntes:

- Els recursos necessaris per a les assignatures són fàcilment accessibles (biblioteca, via web, copisteria, material de laboratoris, etc.) (3,00)

- Els recursos informàtics que la Universitat posa a l'abast de l'estudiant són suficients i útils (2,89)
- He tingut tota la informació necessària per matricular-me (2,89)
- Fer la matrícula ha estat fàcil (2,78)
- La manera com s'utilitzen les tecnologies (TIC, presentacions, transparències, vídeos, etc.) facilita el meu aprenentatge (2,78)
- Les instal·lacions on assisteixo a classe i laboratoris em resulten còmodes i crec que estan correctament condicionades (2,78)
- M'agraden com es desenvolupen les classes en aquesta titulació (2,44)

Les enquestes on-line de 1Q1R, amb una participació del 22,50% dels d'estudiants de nou accés a la titulació, valoren de l'1 al 4 diferents ítems (on 1=molt dolent i 4=molt bo). Destaquem les següents valoracions:

- Els recursos informàtics que la Universitat posa al meu abast com a estudiant són suficients i útils (3,17)
- La distribució dels grups de pràctiques ha estat ordenada i sense problemes (3,00)
- Els recursos necessaris per a les assignatures són fàcilment accessibles (Biblioteca, web, copisteria, material, laboratoris, etc.) (3,00)
- Els horaris de classe estan pensats per facilitar l'aprenentatge dels estudiants (2,33)

2.3 Resultats

2.3.1 Resultats acadèmics

A la memòria verificada es van posar els següents valors a les taxes:

- Taxa de graduació: 46%
- Taxa d'abandonament: per sota del 30%
- Taxa d'eficiència: aproximadament 95%

Taula 17. Taxa de rendiment (crèdits superats/crèdits matriculats)

	2011-12	2012-13	2013-14 (Endreçades de menys a més)
DRET I GESTIÓ DE CONTINGUTS			66,67%
TECNOLOGIA AUDIOVISUAL I D'INTERNET	85,71%	73,17%	71,70%
ORDENAMENT JURÍDIC I SISTEMA POLÍTIC	87,18%	100,00%	76,19%
TREBALL DE FI DE GRAU		95,24%	78,26%
ESTUDIS EN EL MARC DE CONVENIS DE MOBILITAT		100,00%	80,00%
GÈNERE I COMUNICACIÓ			80,00%
CORRENTS ESTÈTICS CONTEMPORANIS EN COMUNICACIÓ	100,00%	94,59%	81,40%
GLOBALITZACIÓ, CULTURA I SOCIETAT		100,00%	81,82%
ESTÀNDARD ORAL I ESCRIT DE LA LLENGUA (CASTELLÀ)	91,30%	95,65%	82,35%
HISTÒRIA DEL MÓN ACTUAL	100,00%	100,00%	83,72%
ESTÀNDARD ORAL I ESCRIT DE LA LLENGUA (CATALÀ)	85,00%	94,12%	85,19%
HISTÒRIA I ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓ	96,15%	89,74%	85,29%
TÈCNiques DE MÀRQUETING I COMUNICACIÓ	88,46%	85,71%	85,37%
INVESTIGACIÓ DE MERCATS		96,15%	86,67%
INTRODUCCIÓ A LA PSICOLOGIA	95,24%	88,89%	86,96%
PATROCINI I MECENATGE			87,50%
GESTIÓ D'ESDEVENIMENTS I PROTOCOL		100,00%	88,89%
TEORIES DE LA COMUNICACIÓ	91,49%	90,00%	91,11%
MÀRQUETING DIRECTE I INTERACTIU		100,00%	91,67%
ESTRUCTURA I CANVI SOCIAL	100,00%	100,00%	92,86%
OPINIÓ PÚBLICA	97,50%	100,00%	93,48%
DISSENY GRÀFIC I MULTIMÈDIA	88,00%	95,12%	94,74%

DIRECCIÓ DE COMPTES EN PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES			
PÚBLIQUES	83,87%	78,57%	95,45%
FONAMENTS DEL PERIODISME	95,45%	94,44%	97,44%
TÈCNiques DE LES RELACIONS PÚBLIQUES	96,43%	96,00%	97,44%
CREATIVITAT PUBLICITÀRIA	93,75%	91,67%	97,50%
DRET DE LA COMUNICACIÓ			
TEORIA DE LA IMATGE	100,00%	96,00%	97,56%
CIUTADANIA	93,33%	88,46%	97,56%
CIUTADANIA	100,00%	100,00%	100,00%
COMUNICACIÓ I EXPRESSIÓ ORAL	100,00%	100,00%	100,00%
COMUNICACIÓ I IMATGE CORPORATIVA	100,00%	100,00%	100,00%
COMUNICACIÓ I IMATGE CORPORATIVA	96,55%	96,00%	100,00%
ESCRITURA CREATIVA		100,00%	100,00%
EXPRESSIÓ CORPORAL I COMUNICACIÓ NO VERBAL		100,00%	100,00%
FONAMENTS DE LA COMUNICACIÓ PUBLICITÀRIA I DE LES RELACIONS PÚBLIQUES	100,00%	100,00%	100,00%
FOTOGRAFIA DOCUMENTAL I PUBLICITÀRIA		100,00%	100,00%
INTRODUCCIÓ A L'ECONOMIA I A L'EMPRESA	95,83%	100,00%	100,00%
PLANIFICACIÓ DE MITJANS	96,43%	100,00%	100,00%
PRÀCTIQUES EXTERNES		96,00%	100,00%
RELACIONS AMB ELS MITJANS		95,83%	100,00%
TEORIA I TÈCNICA DEL LLENGUATGE AUDIOVISUAL	86,36%	97,62%	100,00%

Font: SINIA



Data informe: 01/06/2015

Tal i com es mostra a la taula 18 la taxa de rendiment en els Estudis de Publicitat i Relacions Públiques se situa entre el 66% i el 100%. La taula mostra com les taxes més baixes es concentren en les assignatures de 1er curs, mentre que les assignatures de 3er curs obtenen una taxa del 100%. Cal dir però que, una gran part de les assignatures dels Estudis de Publicitat i Relacions Públiques situen la seva taxa de rendiment al voltant del 90-100%. El principal motiu d'aquestes dades són, en primer lloc, el fet que els alumnes estan obligats a matricular 60 crèdits el primer curs mentre que, en cursos posteriors poden anar matriculant els crèdits que consideren pertinents a la seva dedicació. En segon lloc, es pot deduir que a mesura que avancen en els cursos, els i les alumnes s'adapten més al sistema d'estudis universitaris i això es reflexa en els seus resultats.

D'altra banda, és rellevant destacar que la taxa de rendiment pot estar relacionada amb el tipus d'assignatura que s'imparteix en el 1er curs. Com ja s'ha dit en diverses ocasions, el PFG en Comunicació concentra la pràctica totalitat de les matèries bàsiques al 1er curs. Aquest fet fa que l'alumne trobi aquest curs molt general i, en certa manera, poc relacionat amb els estudis que ha seleccionat. Tot i així, a través de les diverses accions del Pla d'Acció Tutorial s'informa als estudiants de la raó d'aquesta distribució i dels beneficis acadèmics que comporta.

Taula 18. Taxa d'èxit (crèdits superats/crèdits presentats)

	2011-12	2012-13 (Endreçades de menys a més)	2013-14
TECNOLOGIA AUDIOVISUAL I D'INTERNET	87,50%	78,95%	80,85%
ORDENAMENT JURÍDIC I SISTEMA POLÍTIC	89,47%	100,00%	84,21%
ESTÀNDARD ORAL I ESCRIT DE LA LLENGUA (CASTELLÀ)	91,30%	95,65%	87,50%
TÈCNiques DE MÀRQUETING I COMUNICACIÓ	95,83%	85,71%	87,50%
HISTÒRIA I ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓ	100,00%	92,11%	87,88%
CORRENTS ESTÈTICS CONTEMPORANIS EN COMUNICACIÓ	100,00%	100,00%	92,11%
HISTÒRIA DEL MÓN ACTUAL	100,00%	100,00%	92,31%
INTRODUCCIÓ A LA PSICOLOGIA	95,24%	88,89%	93,02%
ESTÀNDARD ORAL I ESCRIT DE LA LLENGUA (CATALÀ)	85,00%	94,12%	95,83%
DISSENY GRÀFIC I MULTIMÈDIA	100,00%	100,00%	97,30%
FONAMENTS DEL PERIODISME	100,00%	97,14%	97,44%
CIUTADANIA	100,00%	100,00%	100,00%

 UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI	Seguiment anual del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Facultat de Lletres <i>Curs 2013-14</i>	 FACULTAT DE LLETRES
---	---	---

COMUNICACIÓ I EXPRESSIÓ ORAL	100,00%	100,00%	100,00%
COMUNICACIÓ I IMATGE CORPORATIVA	96,55%	96,00%	100,00%
CREATIVITAT PUBLICITÀRIA	100,00%	100,00%	100,00%
DIRECCIÓ DE COMPTES EN PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES	83,87%	84,62%	100,00%
DRET DE LA COMUNICACIÓ	100,00%	100,00%	100,00%
DRET I GESTIÓ DE CONTINGUTS			100,00%
ESCRITURA CREATIVA		100,00%	100,00%
ESTRUCTURA I CANVI SOCIAL	100,00%	100,00%	100,00%
ESTUDIS EN EL MARC DE CONVENIS DE MOBILITAT		100,00%	100,00%
EXPRESSIÓ CORPORAL I COMUNICACIÓ NO VERBAL		100,00%	100,00%
FONAMENTS DE LA COMUNICACIÓ PUBLICITÀRIA I DE LES RELACIONS PÚBLIQUES	100,00%	100,00%	100,00%
FOTOGRAFIA DOCUMENTAL I PUBLICITÀRIA		100,00%	100,00%
GESTIÓ D'ESDEVENIMENTS I PROTOCOL		100,00%	100,00%
GLOBALITZACIÓ, CULTURA I SOCIETAT		100,00%	100,00%
GÈNERE I COMUNICACIÓ			100,00%
INTRODUCCIÓ A L'ECONOMIA I A L'EMPRESA	100,00%	100,00%	100,00%
INVESTIGACIÓ DE MERCATS		96,15%	100,00%
MÀRQUETING DIRECTE I INTERACTIU		100,00%	100,00%
OPINIÓ PÚBLICA	97,50%	100,00%	100,00%
PATROCINI I MECENATGE			100,00%
PLANIFICACIÓ DE MITJANS	100,00%	100,00%	100,00%
PRÀCTIQUES EXTERNES		100,00%	100,00%
RELACIONS AMB ELS MITJANS		100,00%	100,00%
TEORIA DE LA IMATGE	100,00%	95,83%	100,00%
TEORIA I TÈCNICA DEL LLENGUATGE AUDIOVISUAL	90,48%	100,00%	100,00%
TEORIES DE LA COMUNICACIÓ	95,56%	92,31%	100,00%
TREBALL DE FI DE GRAU		100,00%	100,00%
TÈCNiques DE LES RELACIONS PÚBLIQUES	100,00%	100,00%	100,00%

Font: SINIA

Data informe: 01/06/2015

Com es pot veure a la taula 19, els resultats milloren substancialment quan s'analitza la taxa d'èxit (crèdits superats/crèdits presentats). Com s'observa, la taxa d'èxit se situa entre el 80 i el 100% i es manté estable en les dues anualitats comparades (fins i tot en les assignatures de 1er curs). Aquesta tendència es pot interpretar com que els alumnes i les alumnes preparen adequadament aquelles assignatures a les quals es presenten.

Taula 19. Indicadors de resultats acadèmics

	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14
Taxa de rendiment acadèmic	89,19%	81,52%	93,56%	94,66%	91,48%
Taxa de rendiment acadèmic a 1r curs	89,19%	75,07%	96,68%	94,39%	85,24%
Taxa d'abandonament a 1r	3,13%	25,71%	2,50%	6,06%	9,52%
Taxa d'èxit	94,21%	93,16%	96,09%	96,89%	96,54%

Font: SINIA

Data informe: 01/06/2015

Partint dels valors de les taxes proposades en les memòries verificades, els resultats acadèmics en els Estudis de Publicitat i Relacions Públiques són positius. Totes les taxes analitzades milloren àmpliament el que es va posar en la memòria verificada. Així, la taxa d'abandonament està molt per sota del 30% establert. En el cas d'aquests estudis, després de l'alta taxa d'abandonament del curs 2010-11, el curs 2013-14 les xifres se situen en la normalitat de la titulació i se situen al voltant del 9%, amb la qual cosa, les xifres del curs 10-11 es poden considerar com excepcionals, malgrat ha anat augmentant en els dos darrers anys. Com ja es va indicar en informes anteriors, després d'analitzar les dades del curs 2010-11 es va fer un seguiment més específic dels estudiants de Publicitat i Relacions Públiques a través dels seus tutors i tutores que ha continuat en cursos posteriors. L'objectiu d'aquest

seguiment és intentar detectar les causes de l'abandonament i tractar d'evitar que els estudiants abandonin els estudis. El que es dedueix d'aquesta tasca és que hi ha una certa mobilitat interna dins el Programa Formatiu del Grau de Comunicació. Això és, alumnes que canvien d'estudis dins el mateix Programa Formatiu. En aquest sentit, seria interessant poder tenir dades de quin percentatge d'aquests abandonaments responen a canvis d'Estudis en el mateix Programa Formatiu. Tot i així, cal mantenir l'observació d'aquests moviments per veure com evoluciona aquesta dada al llarg del temps.

D'altra banda, el curs 2013-14 es manté la taxa d'èxit al voltant del 96%. En aquest cas, es veu una clara evolució positiva en els Estudis de Publicitat i Relacions Públiques.

Taula 20. Indicadors de titulats

	Curs inici	
	2009-10	2010-11
Taxa d'eficiència (crèdits previstos en el pla d'estudis/ crèdits ordinari matriculats)	94,49%	99,07%
Durada mitjana dels estudis	4,67	4,00
Titulats	3	12

Font: SINIA

Data informe: 01/06/2015

La taula 21 indica de manera clara que la taxa d'eficiència dels Estudis de Publicitat i Relacions Públiques és molt elevada i gairebé arriba al 100%, per sobre de la que es va indicar a la memòria (aproximadament 95%). Aquest valor permet sostenir que el rendiment dels alumnes en els Estudis és màxim.

Com a conclusió general, d'aquest apartat es destaca els resultats positius que indiquen una consolidació en els Estudis de Publicitat i Relacions Públiques. En aquest sentit, el fet que els i les alumnes que entrin hagin escollit els Estudis de Publicitat i Relacions Públiques com a primera opció i que la nota de tall sigui elevada fa que els resultats acadèmic siguin bons (i milloren curs rere curs) i no hi hagi tants abandonaments.

2.3.2 Resultats personals

Tot i que el 2013-14 ja és el segon curs amb tot l'itinerari del grau de Publicitat i Relacions Públiques plenament implantat, encara no es disposa de dades sobre els resultats personals dels egresats.

El seguiment i avaluació de les competències assolides pels estudiants al llarg dels diferents cursos del grau es correspondria al següent mapa de competències:

http://moodle.urv.cat/docnet/guia_docent/index.php?centre=12&ensenyament=1222&consulta=mapa_competencies&any_academic=2013_14

Per una altra banda, no es consideren pel seu anàlisi les dades obtingudes mitjançant l'enquesta d'Estudi de Percepció de la Docència (EPD) al no haver assolit un percentatge significatiu de participació.

2.3.3 Inserció laboral dels titulats

En el curs 2013-14 encara no es disposa de dades sobre la inserció laboral dels titulats en Publicitat i Relacions Públiques.

3. Valoració del seguiment dels indicadors i del desenvolupament de la titulació

3.1 Valoració qualitativa del desenvolupament de la titulació

Taula 21. Valoració del desenvolupament de la titulació

ASPECTE DEL TÍTOL A VALORAR	VALORACIÓ			Es compleix en les especificacions de la memòria verificada?(4)	Es proposen millores?	Observacions
	Si	Si, però cal una actualització (1)	No, cal una modificació(2)			
1. Planificació						
La justificació que consta a la memòria de la titulació, continuen sent vigents?	X					
Els objectius que consten a la memòria de la titulació, continuen sent vigents?	X					
Les competències que consten a la memòria de la titulació, continuen sent vigents?	X					
	Adequat/da (3)	Suficient (3)	Cal millorar			
ASPECTE DEL TÍTOL A VALORAR						
2. Accés dels estudiants a la titulació						
El perfil d'ingrés dels estudiants es correspon amb el plantejat a la memòria?	X			SI		
La demanda de la titulació és ...	X			SI		
El funcionament del procés d'accés i incorporació dels alumnes és	X			SI		
3. Estudiants						
El nombre total i perfil global dels estudiants és...	X					
La ràtio home/dona és ...	X					
4. Personal acadèmic						
El nombre i perfil del professorat que imparteix docència a la titulació és ...	X			SI		
					Es proposa millorar el % de docència impartida per PDI doctor	Cal una consolidació del PDI, tot i que la situació actual es deu a les restriccions de contractació de personal
El percentatge de docència impartida per PDI doctor és ...			X			
5. Recursos materials i serveis						
					Espropos a millorar l'adaptació al n° actual d'estudiants de grau	Aquest curs s'han adequat les instal·lacions a l'increment del n° d'alumnes de 1er
Les instal·lacions i espais d'ús docent són ...	X			SI		
Els recursos materials específics per a la titulació són ...	X			SI		
Els serveis de suport a la docència són ...	X			SI		
La disponibilitat i ús dels recursos docents virtuals és ...	X			SI		
6. Desenvolupament docent						
Les metodologies docents emprades a la titulació són, en global ...	X			SI		
Els mètodes i criteris d'avaluació emprats a la titulació són, en global ...	X			SI		
La coordinació docent a la titulació és ...	X			SI		
La càrrega prevista de treball de l'estudiant, en volum i distribució, és...	X					
						Això es deu al desdoblament
La mida dels grups de classe és ...	X					

						de grups realitzat
El desenvolupament de l'activitat tutorial és ...	X			SI		
El desenvolupament de les pràctiques externes és	X			SI		Es posseeix una oferta i un índex d'èxit elevat de les pràctiques
El funcionament de la mobilitat és ...	X			SI		Es compta amb un elevat nº de convenis de mobilitat
El desenvolupament del Treball de Fi de Màster és	X			SI		
El desenvolupament de les activitats d'orientació professional és ...	X					
La satisfacció dels estudiants sobre el programa formatiu és...	X					
La satisfacció del personal acadèmic i de suport a la docència és ...	X					
7. Resultats						
Els resultats acadèmics són obtinguts pels estudiants de la titulació són ...	X			SI		
Els resultats personals (assoliment competències) obtinguts pels estudiants de la titulació són ...	X					
La inserció laboral dels titulats de l'ensenyament és ...	X			SI		

- (1) Aquesta actualització no comporta una modificació substancial del títol.
 (2) Una modificació substancial d'un d'aquests ítems pot ser causa d'una nova verificació del títol.
 (3) La valoració com a Adequat o Suficient no impedeix que es proposin millores
 (4) no es valora en tots els ítems, només en els marcats (*)

4. Propostes de millora

4.1 Propostes de millora

Taula 22. Propostes de millora de titulació

Centre	Titulació	Àmbit de la millora	Punt feble detectat	Proposta de millora	La millora suposa una modificació de la memòria verificada? (1)	Responsable implantació d'aplicació	Termini implantació	Indicadors de seguiment
FLL	Grau Publicitat i Relacions Públiques	Desdoblament de grups de teoria i pràctica per assignatures de segon	Amb l'increment d'alumnes per grau hi ha un elevat nº d'alumnes a les aules	Desdoblament de grups per reduir la ràtio nº alumnes/classe	No		2014-15	



(1) Es poden donar diferents situacions: NO; SI sense modificació substancial; SI amb modificació substancial

4.2 Propostes de modificació de la memòria

No hi ha propostes de modificació de la memòria.

4.3 Seguiment de les propostes de millora de l'informe anterior

- En relació a l'objectiu d'augmentar la docència impartida per PDI doctor, cal dir que aquesta no augmentat, degut a les restriccions actuals a l'hora de contractar a nou professorat.
- En relació a l'objectiu d'incrementar el nombre de tècnics de suport a la docència. No s'ha pogut dur a terme degut a les restriccions econòmiques. Tot i això, des dels Estudis es continua treballant en aquesta línia per optimitzar els recursos humans dels quals disposem.

 <p>UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI</p>	<p>Seguiment anual del Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Facultat de Lletres</p> <p><i>Curs 2013-14</i></p>	
---	--	---

- En relació a l'objectiu d'augmentar els recursos materials de suport a la docència, aquest sí s'ha complert degut a la compra de material per als equipaments docents existents.
- En relació a l'objectiu de que els professors puguin visualitzar les tasques d'altres professors que imparteixen assignatures en el mateix curs i quadrimestre. S'ha millorat l'aplicatiu del pla de treball del moodle per aconseguir aquesta visió.
- Finalment, en relació a l'increment del nombre d'estudiants del grau de primer curs, s'ha millorat en l'adequació docent a la mida dels grups amb el desdoblament dels grups de teoria i pràctica de les assignatures de primer. Aquesta mesura va en la línia de la millora de la qualitat docent i de ben segur es traduirà en una millora superior del rendiment acadèmic.

4.4 Seguiment de recomanacions externes (ANECA i AQU)

Com es va comentar en UN anterior informe de seguiment, a l'Informe final d'avaluació de l'ANECA es va posar la recomanació:

"CRITERIO 5: PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

La materia "Corrientes estéticas contemporáneas en comunicación" resulta un tanto confusa en su denominación y puede producir perplejidad sobre su contenido. A la vista del resumen de contenidos que se adjunta se recomienda se revise su denominación, buscando la mayor coherencia entre contenidos y título de la materia, pensando siempre en la claridad de la información al estudiante. (A modo de ejemplo podría denominarse "Corrientes estéticas contemporáneas."

Informe:

El nom d'aquesta assignatura de primer de grau s'ha mantingut però s'ha seguit la indicació de l'ANECA a través d'una definició i concreció exhaustiva d'aquesta assignatura a través de la guia docent. D'aquesta manera, els estudiants tenen la informació necessària per interpretar els continguts i l'orientació de l'assignatura. La guia docent d'aquesta assignatura es pot consultar a la pàgina web https://moodle.urv.net/docnet/guia_docent/index.php?centre=12&ensenyament=1222&assignatura=12224009&any_academic=2012_13&any_academic=2012_13

La informació de la guia docent és pública i els alumnes poden accedir a ella abans de matricular-se. A la primera pàgina d'aquesta guia docent es diu que l'objectiu general de l'assignatura "és el de capacitar l'alumne en el coneixement dels principals corrents estètics que imperen en l'àmbit de la comunicació i la cultura visual contemporànies".

Així mateix, s'informa que tot just s'han enviat durant el mes de gener de 2014 modificacions del grau. En el proper informe de seguiment es tindran en compte, si escau, les recomanacions d'AQU al respecte.

5. Documents de referència

Documents i guies de consulta per l'elaboració de l'IST i ISC:

- Guia per a l'elaboració i verificació de les propostes de titulacions universitàries de grau i màster (juny 2011).
- Guia per al seguiment de les titulacions oficials de grau i màster. AQU Catalunya, maig 2011.
- Marc per a la Verificació, el Seguiment, la Modificació, per l'acreditació de titulacions oficials. AQU Catalunya, juliol 2010.
- Programa experimental de seguiment de titulacions oficials de grau i màster (30 d'abril de 2010).
- Guia d'avaluació interna. Programa d'avaluació de centres adscrits. AQU Catalunya, març 2009.

Fonts documentals de referència d'aquest informe de seguiment de titulació:

Font	Document
SREd	Ús de moodle per centre
SREd	Estudi 1Q1R
SREd	Estudi EPD
SREd	Guia Docent, DOCnet
SREd	Pla de treball, Moodle
SREd	Informe de Pla d'Acció Tutorial
SINIA	URV en xifres (Intranet)
RRHH	Enquesta professorat
EPD	Satisfacció per a màster
UNEIX	Comparativa amb altres titulacions o centres

6. Annexes

ANNEX 1. Ubicació de la informació pública sobre el desenvolupament i indicadors de la titulació de Grau.

DIMENSIÓ	CONTINGUTS	ENLLAÇ
ACCÉS ALS ESTUDIS	Descripció del títol Accés al grau Correspondències entre cicles formatius de grau superior i estudis universitaris de grau a la URV Perfil recomanat Objectius Competències Treball fi de Grau Sortides professionals Pràctiques externes	http://www.urv.cat/cae/graus/grau_de_publicitat.html
PREINSCRIPCIÓ	Informació general Calendari de preinscripció Notes de tall	http://www.urv.cat/futurs_estudiants/1er_i_2n_cicle/que_fer_per_estudiar_urv/preinscripcio.html
MATRÍCULA	Terminis Documentació Formalització Preus	http://www.urv.cat/futurs_estudiants/1er_i_2n_cicle/que_fer_per_estudiar_urv/matricula.html
ACOLLIDA	Calendari Programa	http://www.urv.cat/cae/acollida.html#1
BEQUES I AJUTS	Beques i ajuts	http://www.urv.cat/futurs_estudiants/1er_i_2n_cicle/que_fer_per_estudiar_urv/beques_ajuts.html
PRÀCTIQUES EXTERNES	Pràctiques externes	http://www.urv.cat/serveis_universitaris/borsa_de_treball/practiques/index.html
MOBILITAT	Programes de mobilitat Altres opcions per fer estades a l'estranger Beques	http://www.urv.cat/mobility/estudiants-grau/index.html
CONTINUACIÓ D'ESTUDIS, I ADAPTACIÓ I/O CANVI DE GRAU	Per als estudiants que volen finalitzar els estudis que cursen Per als estudiants que volen continuar els estudis iniciats en la titulació de grau corresponent Per als estudiants que volen incorporar-se a un estudi de grau diferent del que cursen actualment	http://www.urv.cat/gestio_academica/index_.html
BIBLIOTECA	Informació general Horaris Directori Biblioteques de la URV Catàleg i recursos d'informació Serveis Com trobar informació Pregunt@ CRAI-SBID	http://www.urv.cat/crai/

DIMENSIO	CONTINGUTS	ENLLAÇ
PLANIFICACIÓ OPERATIVA DEL CURS. GUIA DOCENT	Pla d'estudis	http://www.urv.cat/gestio_academica/plans/ciencias_socials_juridiques/publicitat_rrpp_grau.html
	Dades del Centre Serveis del Centre (Secretaria) Calendari acadèmic Ensenyaments Assignatures (Informació; Professors; Horaris i dates d'exàmens) Competències Planificació Avaluació Resultats d'aprenentatge Metodologies Fonts d'Informació Continguts Atenció personalitzada Recomanacions Competències Pla d'estudis Perfil de formació de la titulació Sortides professionals Itinerari recomanat Horaris Calendari d'exàmens Adaptacions Reconeixements Itinerari a temps parcial recomanat Taula d'equivalències B1 Currículum Nuclear Simula't el teu horari Pla d'acció tutorial Currículum Nuclear Informació d'interès (Borsa de Treball; Consulta de l'expedient acadèmic; Consulta del correu electrònic; Esport i lleure; Habitatge)	http://moodle.urv.cat/docnet/guia_docent/index.php?centre=12&ensenyament=1222&consulta=assignatures&any_academic=2013_14
INFORMACIÓ PÚBLICA SOBRE INDICADORS	Taxes i indicadors	http://www.fl.lletres.urv.cat/garantia-de-la-qualitat/index/#indicadors-seguiment



Dra. Assumpció Huertas Roig
Responsable d'Ensenyament del Grau de Publicitat i Relacions Públiques