

**INFORME DE SEGUIMENT DEL
GRAU EN PUBLICITAT I
RELACIONS PÚBLIQUES (2011-12)**

FEBRERDEL 2013

Facultat de Comunicació

Índex

Fitxa de la titulació	3
Valoració anual.....	4
1. Valoració general del desplegament del títol	4
2. Millores introduïdes.....	10
3.Modificació del pla d'estudis	10
Annex 1: Sistema intern de garantia de qualitat 6Q	11
Q.1. Accés i matrícula	11
Q.2. Rendiment.....	.13
Q.2.Abandonament.....	.15
Annex 2: Modificacions del pla d'estudis	16

Fitxa de la titulació

Títol: grau en Publicitat i Relacions Públiques

Codi: 3382

Procés de verificació: registre/data/agència

Modificacions substancials posteriors: no n'hi ha

Alumnes de nou ingrés: 80

Total d'alumnes: 341

Curs d'inici: 2008-09

Degà: Dr. Xavier Ruiz Collantes

Informació pública disponible:

<http://www.upf.edu/facom/titulacions/publicitat/grau-publicitat/presentacio/>

Dades dels indicadors de la titulació:

http://www.upf.edu/universitat/upf_xifres/estudis/pirp-g.html

Valoració anual

1. Valoració general del desplegament del títol

Q1. ACCÉS I MATRÍCULA

Curs 2011-12

El nombre d'estudiants de nou accés (93) supera el del curs 2010-11 (84), fet que indica una tendència contrària a la de la UPF (- 5%). La majoria dels estudiants de nou ingrés, un 85%, continuen accedint per la via PAU (UPF: 87,9%), i la resta d'estudiants es reparteix per les vies de cicle formatiu, 6,5% (UPF: 8%); titulats, 2,2% (UPF: 2%) i majors de 25 anys, 3,2 (UPF: 2%).

Els estudiants que han escollit la carrera com a primera opció va disminuir del 96% (2010-11) al 93,7% (2011-12).

La nota de tall (11,14) i la nota mitjana (11,52) es van incrementar respecte al curs 2010-11 (10,72 i 11,31 respectivament).

El percentatge dels estudiants amb nota mitjana de les PAU ≥ 7 va disminuir respecte al del curs anterior (de 100% a 96,2%) i es va alinear amb els graus en Comunicació Audiovisual (95,1%) i en Periodisme (95,8%).

La tria es fa principalment per les expectatives professionals: així ho fa el 87,2% (2010-11: 81,4%). Aquest percentatge és superior respecte al de Periodisme (81,1%) i al de Comunicació Audiovisual (67,8%).

Per primera vegada aquest curs, el nombre d'estudiants que provenen de la resta de l'estat espanyol és inferior al de la mitjana de la UPF (7,4% davant del 9%).

A Publicitat i Relacions Públiques es manté la demanda, amb una ràtio D/O de 5,59 demandes per cada plaça oferta. Publicitat i Relacions Públiques és el tercer grau amb més demanda de la UPF (en primer lloc es troba Medicina, amb una ràtio D/O de 6,17, i en segon, ADE/Economia i Dret, amb 5,73). Respecte al curs anterior la situació és estable: 5,73 en el curs 2010-11.

Respecte a la resta de les universitats catalanes, el grau en Publicitat i Relacions Públiques de la UPF es manté en primer lloc (la segona institució és la UAB, amb una ràtio D/O de 3,34). La nota de tall dels Estudis de Publicitat i Relacions Públiques a la UPF és la més alta de les institucions catalanes (la segona és la UAB, amb un 10,378).

Valoració

Punts forts

Publicitat i Relacions Públiques és un dels graus de la UPF més demanats, amb una ràtio D/O de 5,59 demandes per cada plaça oferta. Respecte a la ràtio D/O del curs 2010-11 (= 5,73), la situació és estable.

La nota de tall (11,14) i la nota mitjana (11,52) es mantenen altes.

El nombre d'estudiants de nou accés es va incrementar de 84 (curs 2010-11) a 93 (curs 2011-12).

Punts febles

Els estudis no tenen estudiants de la resta del món.

Es podria incrementar el nombre d'estudiants de la resta de l'estat espanyol.

Propostes de millora (a partir dels punts febles detectats)

Cal fer un esforç d'internacionalització dels estudis. Si bé només l'1,2% dels estudiants de la UPF provenen de fora de l'estat espanyol i, per tant, el diferencial amb els Estudis de Publicitat i Relacions Públiques és petit, no tenir cap estudiant estranger de nou accés és una mostra de desconeixement o poc posicionament a fora.

Actualment s'està treballant en l'objectiu de potenciar la quantitat d'assignatures en anglès sota la coordinació de Núria Almirón Roig, responsable de Mobilitat de la Facultat de Comunicació, i l'equip de direcció del Grau. El curs 2011-12 es van fer en aquesta llengua les assignatures següents:

Assignatures	Crèdits	Curs
<i>Structure of Communication and Advertising Media</i>	4	1
<i>Sociology of Communication and Methods of Social Research in Communication</i>	6	2
<i>Analysis of Interactive Media Messages</i>	4	2
<i>Academic and Professional Uses of English</i>	4	3
Total	18	

En aquest moment, Publicitat i Relacions Públiques és el grau amb més crèdits en anglès de la Facultat de Comunicació. Evidentment, la potenciació dels ensenyaments en anglès depèn molt de les competències lingüístiques del professorat que conforma la Facultat.

Si bé hem considerat com a punt fort el fet que a l'hora de triar els estudis, el criteri principal, amb diferència, el constitueixen les expectatives professionals, és també una amenaça si no s'estableixen els mecanismes adients per a una inserció laboral eficient. No obstant no tenir-ne dades comparatives, cal subratllar aquesta possible amenaça.

Q2. RENDIMENT

Curs 2011-12

El percentatge dels crèdits superats sobre els crèdits matriculats pels estudiants és de 96,27% per a les assignatures obligatòries, i de 91,93% per a les optatives (mitjana de la UPF: 87,8%). Aquesta taxa de rendiment és molt elevada, la qual cosa és força coherent amb la nota de tall obtinguda pels estudiants que han accedit aquest curs i pels que estan cursant els altres cursos.

ValoracióPunts forts

La taxa de rendiment és molt elevada, la qual cosa és força coherent amb la nota de tall obtinguda pels estudiants que han accedit aquest curs i pels que estan cursant els altres cursos.

Punts febles

No n'hi ha.

Propostes de millora: (a partir dels punts febles detectats)

No n'hi ha.

Q2. GRADUACIÓ**Curs 2011-12**

Aquesta és la primera graduació d'estudiants del nou grau en Publicitat i Relacions Públiques. El nombre de graduats és de 65 estudiants (dos menys respecte al curs anterior, l'últim de la llicenciatura). Aquest curs també van acabar la llicenciatura 13 estudiants. La taxa d'eficiència és de 98,86% i supera els dos cursos anteriors: 96,75% el curs 2010-11 i 96,99% el curs 2009-2010.

Durant el curs 2011-12 els estudiants que s'han graduat en el temps previst en el pla d'estudis respecte a la cohort d'alumnes que varen iniciar la carrera és de 74,42, una xifra que supera el 61,36 del curs anterior. La xifra és la més alta dels últims anys.

El primer grup del nou grau en Publicitat i Relacions Públiques ha tingut una durada de 4,02 anys, un xifra inferior a la de l'últim grup que va obtenir la llicenciatura: 4,22 al 2010-11). La taxa d'eficiència es va incrementar respecte al curs 2010-11: de 96,75 a 98,86 (mitjana de la UPF: 91,87).

ValoracióPunts forts

La taxa de rendiment és molt elevada, la qual cosa és força coherent amb la nota de tall obtinguda pels estudiants que han accedit aquest curs i pels que estan cursant els altres cursos.

Punts febles

No n'hi ha.

Propostes de millora: (a partir dels punts febles detectats)

No n'hi ha.

Q2. ABANDONAMENT

El percentatge d'estudiants que abandona els estudis perquè no ha superat el règim de permanència a primer curs és molt inferior a la mitjana de la UPF (3,2% contra 12,4%). Aquest percentatge s'ha incrementat respecte al curs 2010-11 (1,2%). Malgrat que aquest canvi no és preocupant, caldrà tenir sota control aquesta variable el proper curs per confirmar si es tracta d'una tendència.

El 2011-12 la taxa d'abandonament (estudiants que han abandonat els estudis al llarg del temps previst al pla d'estudis o en un any més, respecte a la cohort d'alumnes que varen iniciar els estudis en un mateix any) va ser 17,1% per al nou grau en Publicitat i Relacions Públiques, una xifra per sota de la mitjana de la UPF (25,5%) i del curs passat (22,2%).

Valoració**Punts forts**

El percentatge d'estudiants que abandona els estudis respecte a la cohort d'accés s'ha reduït respecte al 2010-11 (de 8,33% a 6,45%). Es manté la tendència a la baixa des del curs 2008-09 (11,63%).

Punts febles

Malgrat que l'índex d'abandonaments és relativament baix, és en si mateix una feblesa que cal tenir en compte. El percentatge d'estudiants que abandona els estudis perquè no ha superat el règim de permanència a primer curs és molt inferior a la mitjana de la UPF (3,2% contra 12,4%). Aquest percentatge s'ha incrementat respecte al curs 2010-11 (1,2%).

Propostes de millora: (a partir dels punts febles detectats)

El percentatge d'abandonaments no és significatiu i és propi d'uns estudis que ofereixen continguts nous als estudiants. Això implica que sempre hi pugui haver un índex d'estudiants a qui no els motiva el que fan. A més, cal tenir en compte que no tothom accedeix en primera opció a aquests estudis, per la qual cosa, alguns dels abandonaments poden ser atribuïbles a aquest fet. És per això que no calen propostes de millora específiques per a aquesta qüestió.

Respecte al percentatge d'estudiants que abandona els estudis perquè no ha superat el règim de permanència a primer curs, malgrat que aquest canvi no és preocupant caldrà tenir sota control aquesta variable el proper curs per confirmar si es tracta d'una tendència.

Q3. SATISFACCIÓ

Resultats de les enquestes de satisfacció dels estudiants

Per tal de mesurar aquest apartat, la Universitat Pompeu Fabra disposa del sistema AVALDO, que avalua la docència dels professors dels graus i de màsters. Els qüestionaris d'avaluació corresponents al curs 2011-12 del grau en Publicitat i Relacions Públiques van oferir dades, en el seu conjunt, satisfactòries. L'avaluació del professorat a través dels qüestionaris ha indicat un 7,3 per a les assignatures (+ 0,1 respecte al 2010-11). La satisfacció de la docència es manté prou estable, amb una lleu tendència a l'alça.

Les valoracions dels diferents tipus d'activitat didàctica estan lleugerament per sota de la mitjana de la UPF: classes magistrals, 6,92 (UPF: 7,17); classes pràctiques, 7,10 (UPF: 7,14) i seminaris, 6,97 (UPF: 7,02). La participació en l'avaluació del professorat va ser del 39,23% (UPF: 43,07).

Valoració

Malgrat que la satisfacció docent es troba aproximadament en la mitjana de la UPF i la Facultat, és en si mateix una feblesa que cal tenir en compte.

Propostes de millora: (a partir dels punts febles detectats)

El grau en Publicitat i Relacions Públiques és un estudi nou que encara es troba en procés de consolidació. La implementació del sistema de tutories amb els estudiants a partir d'aquest curs ens permetrà identificar millor les febleses i desenvolupar estratègies d'intervenció puntuals per millorar el grau de satisfacció dels estudiants. Ara mateix la Facultat no disposa de les dades de participació del Pla d'Acció Tutorial, per tant no resulta possible fer propostes concretes al respecte.

També la implementació de noves metodologies didàctiques dintre i fora de l'aula hauria de servir per millorar l'avaluació del professorat i incrementar el nivell general de satisfacció. En aquest sentit, caldria fer una difusió més intensa i potenciar la participació del professorat als cursos i les activitats del CQUID.

Q4. PRÀCTIQUES EXTERNES I MOBILITAT

Respecte a les pràctiques, els responsables durant el curs 2011-12 van ser els professors i professores Mónica Jiménez-Morales, Ricard Parrilla, Rafael Pedraza i Sara Vinyals. Respecte a les pràctiques externes, tots els estudiants de quart curs han fet el Pràcticum (72 places).

La mobilitat a través del programa Erasmus, convenis bilaterals propis i UPF, i Sicue-Séneca va afectar 42 alumnes (*incoming+ outgoing*) de tercer i quart curs. Al llarg del curs 2011-12, 30 estudiants de Publicitat i Relacions Públiques van anar a altres universitats; al mateix temps, el grau va rebre 12 estudiants. La xifra d'estudiants que van anar a altres institucions es va duplicar respecte al curs 2010-11 (14 estudiants).

La professora Núria Almirón Roig és la coordinadora de Mobilitat de la Facultat de Comunicació i, en el cas específic dels Estudis de Publicitat i Relacions Públiques, la professora Pilar Medina.

Valoració

Malgrat que s'hagi duplicat la xifra d'estudiants *outgoing* de Publicitat i Relacions Públiques, cal fomentar més els intercanvis internacionals.

Q4. INSERCIÓ LABORAL

Els estudis fets per AQU –*4a enquesta d'inserció laboral de la població titulada de les universitats catalanes*– no inclouen l'extingida llicenciatura en Publicitat i Relacions Públiques de la UPF. Respecte al grau, no hi ha dades sobre la inserció laboral dels nous graduats en Publicitat i Relacions Públiques.

Valoració

No n'hi ha.

Q5. INNOVACIÓ I MILLORA

Veure: 'Secció 3. Modificació del pla d'estudis' i l'annex 2.

Q6. GESTIÓ I ATENCIÓ A LA COMUNITAT

Fins al curs 2011-12 la Facultat de Comunicació no havia comptat amb cap sistema de tutories en les seves titulacions. La Universitat Pompeu Fabra ha desenvolupat una aplicació informàtica que ajuda en aquesta tasca de contacte entre professor-tutor i alumne. Aquesta mesura forma part del Pla d'Acció Tutorial que ha començat a partir del curs 2011-12. Cada professor a temps complet té la responsabilitat de tutoritzar un nombre d'alumnes i ha de fer un nombre mínim de tutories cada any amb cadascun dels estudiants que li corresponen. L'objectiu d'aquestes mesures és oferir als estudiants el suport necessari en qüestions acadèmiques i extra acadèmiques, si aquest ho demana. Actualment, la Facultat no disposa de les dades de participació del Pla d'Acció Tutorial.

Incidències/suggeriments durant el curs

Res per destacar.

2. Millores introduïdes

Q1. ACCÉS I MATRÍCULA

Cal fer un esforç d'internacionalització dels estudis. Si bé només l'1,1% dels estudiants de la UPF provenen de fora de l'estat espanyol i, per tant, el diferencial amb els Estudis de Publicitat i Relacions Pùbliques és petit, no tenir cap estudiant estranger de nou accés és una mostra de desconeixement o poc posicionament a fora.

Si bé hem considerat com a punt fort el fet que a l'hora de triar els estudis, el criteri principal, amb diferència, el constitueixen les expectatives professionals, és també una amenaça si no s'estableixen els mecanismes adients per a una inserció laboral eficient.

Q2. ABANDONAMENT

Curs 2011-12

El percentatge d'abandonaments no és significatiu i és propi d'uns estudis que ofereixen continguts nous als estudiants. Això implica que sempre hi pugui haver un índex d'estudiants a qui no els motiva el que fan. A més, cal tenir en compte que no tothom accedeix en primera opció a aquests estudis, per la qual cosa, alguns dels abandonaments poden ser atribuïbles a aquest fet. És per això que no cal fer propostes de millora específiques per a aquesta qüestió.

3. Modificació del pla d'estudis

Atès que des de l'AQU, i per indicació del Rectorat, s'ha sol·licitat la creació d'un únic treball de fi de grau (TFG), la Facultat ha desenvolupat una modificació del pla d'estudis del grau en Publicitat i Relacions Pùbliques.

El nou treball de fi de grau substituirà els tres treballs finals de grau que fins ara caracteritzaven el grau. El nou TFG constarà de 6 crèdits i s'avaluarà al tercer trimestre. Per poder crear el TFG s'ha reduït la càrrega lectiva de cinc assignatures. Al mateix temps, els tres TFG s'han convertit en tallers (assignatures obligatòries).

Es va aprofitar la modificació del pla d'estudis per incorporar-hi també una reconceptualització dels itineraris i altres canvis indicats a l'annex 2.

Annex 1: Sistema intern de garantia de qualitat 6Q

Q1. Accés i matrícula

Dades dels processos d'accés i matrícula

Curs 2011-12

SISTEMA INTERN DE GARANTIA DE QUALITAT (6Q)

Q1: Accés i matrícula

FACULTAT DE COMUNICACIÓ

MATRÍCULA DE NOU ACCÉS 2011-12

Estudiants de nou accés a 1er curs

Graus	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12		
Comunicació Audiovisual	80	83	86	87		
Periodisme	-	86	83	93		
Publicitat i Relacions Pùbliques	86	85	84	93		
				273	2.669	10,2%

Vies d'accés

Graus	Estudiants de nou accés	Vies d'accés (%)				
		PAU	CFGS	Títol univ.	>25 anys	Altres
Comunicació Audiovisual	87	82,8	9,2	1,2	3,5	3,5
Periodisme	93	88,2	1,1	3,2	3,2	4,3
Publicitat i Relacions Pùbliques	93	85,0	6,5	2,2	3,2	3,2

QUALITAT EN L'ACCÉS

Estudiants en primera opció (accés per PAU)

Graus	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12
Comunicació Audiovisual	100,0	98,7	98,7	98,6
Periodisme	-	98,7	100,0	100,0
Publicitat i Relacions Pùbliques	93,5	94,6	96,0	93,7

Nota de tall i nota de mitjana d'accés

Graus	2008-09		2009-10		2010-11		2011-12	
	N. tall	N. mitjana	N. tall	N. mitjana	N. tall	N. mitjana	N. tall	N. mitjana
Comunicació Audiovisual	8,48	8,65	8,32	8,64	11,11	11,58	11,52	12,15
Periodisme	-	-	8,33	8,73	11,43	12,06	11,75	12,09
Publicitat i Relacions Pùbliques	8,05	8,32	7,98	8,32	10,72	11,31	11,14	11,52

Estudiants amb nota d'accés >=7 fins el 2009-10 i >=9 a partir del 2010-11 (accés per PAU)

Graus	2008-09	2009-10	2010-11	2011-12
Comunicació Audiovisual	97,1	96,0	96,2	95,8
Periodisme	-	97,4	100,0	95,1
Publicitat i Relacions Pùbliques	98,7	97,3	100,0	96,2

PERFIL SOCIODEMOGRÀFIC DELS ESTUDIANTS DE NOU ACCÉS

Font: Registre de l'Oficina de Pre-Inscripció Universitària. Curs 2011-2012

Titularitat del centre de secundària de procedència

Graus	Estudiants de nou accés	Titularitat del centre de secundària de procedència (%)		
		Públic	Privat/Concertat	sd
Comunicació Audiovisual	87	55,2	43,7	1,1
Periodisme	93	50,5	45,3	4,2
Publicitat i Relacions Pùbliques	93	43,6	54,3	2,1
Fac. Comunicació	273	49,6	47,8	2,5
UPF	2.669	42,4	55,0	2,6

Nivell d'estudis dels pares

Graus	Estudiants de nou accés	Estudis del pare (%)			
		Sense estudis	Estudis no univ.	Estudis univ.	sd
Comunicació Audiovisual	87	2,3	48,3	41,4	8,0
Periodisme	93	-	58,9	35,8	5,3
Publicitat i Relacions Pùbliques	93	1,1	55,3	31,9	11,7
Fac. Comunicació	273	1,1	54,3	36,2	8,3
UPF	2.669	1,7	50,3	38,8	9,2

Graus	Estudiants de nou accés	Estudis de la mare (%)			
		Sense estudis	Estudis no univ.	Estudis univ.	sd
Comunicació Audiovisual	87	1,1	44,8	48,4	5,7
Periodisme	93	-	54,7	41,1	4,2
Publicitat i Relacions Pùbliques	93	-	61,7	35,1	3,2
Fac. Comunicació	273	0,4	54,0	41,3	4,3
UPF	2.669	1,6	49,9	40,9	7,6

Estudis no universitaris: Estudis primaris, EGB o FP 1er grau, Batxillerat o FP 2n grau

Estudis universitaris: Diplomatures, llicenciatures, enginyeries...

Aspectes tinguts en compte per triar l'estudi

Graus	Estudiants de nou accés	Nota de tall	Aspectes per triar l'estudi (%)			
			Facilitat/dificultat estudi	Proxim domicili familiar	Expect. professionals	Altres
Comunicació Audiovisual	87	2,3	2,4	1,1	67,8	26,4
Periodisme	93	-	1,1	-	81,1	17,9
Publicitat i Relacions Pùbliques	93	-	2,1	-	87,2	10,6
Fac. Comunicació	273	0,7	1,8	0,4	79,0	18,1
UPF	2.669	1,8	2,8	0,5	77,3	17,6

Sexe

Graus	Estudiants de nou accés	Sexe (%)	
		Home	Dona
Comunicació Audiovisual	87	31,9	68,1
Periodisme	93	30,5	69,5
Publicitat i Relacions Pùbliques	93	15,1	85,0
Fac. Comunicació	273	25,6	74,4
UPF	2.669	40,1	59,9

Q.2. Rendiment

Resultats del rendiment acadèmic per assignatura (curs 2011-12)

Taxa de rendiment de les assignatures bàsiques i obligatòries

3382 Grau en Publicitat i Relacions Públiques

Pla: 398

Curs 2011-2012

Assignatures	Curs	Matriculats (Total creditats)	Primera Convocatòria (en %)			Segona Convocatòria	
			Presentats	Aptes	Pendents	Presentats	Aptes
BÀSIQUES I OBLIGATÒRIES							
20348 Estructures Socioeconòmiques	1	522	98,85	97,67	3,45	3,45	100,00
22205 Fonaments de la Publicitat	1	534	98,88	100,00	1,12	1,12	100,00
22206 Fonaments de les Relacions Públiques	1	534	98,88	97,73	3,37	3,37	100,00
20354 Processos i Tècniques de l'Audiovisual Publicitari i de	2	468	100,00	100,00	0,00	0,00	0,00
20367 Història i Teories de la Publicitat i les Relacions Públi	2	316	100,00	100,00	0,00	0,00	0,00
20501 Periodisme i Gabinet de Comunicació	4	375	100,00	93,33	6,67	6,67	100,00
20357 Tècniques d'Infografia	1	364	98,90	98,89	2,20	1,10	100,00
20366 Anàlisi de Missatges en Mitjans Interactius	2	332	98,80	96,34	4,82	3,61	100,00
20365 Tècniques de Relacions Públiques	2	328	98,78	100,00	1,22	0,00	0,00
20500 Estructura de l'Empresa i Departaments de Publicitat i	4	375	98,67	94,59	6,67	5,33	100,00
20368 Anàlisi dels Missatges Publicitaris	2	328	97,56	100,00	2,44	0,00	0,00
20371 Disseny Gràfic II	2	328	96,34	98,73	4,88	2,44	100,00
20370 Guió i Narrativa Audiovisual	2	328	97,56	100,00	2,44	0,00	0,00
20355 Estadística i Mètodes d'Investigació de Mercat	2	462	96,10	100,00	3,90	1,30	100,00
20502 Màrqueting i Comunicació Institucional, Social i Polític	4	385	97,40	100,00	2,60	0,00	0,00
20353 Màrqueting Estratègic i Operatiu	2	456	97,37	100,00	2,63	0,00	0,00
20369 Tècniques de Redacció en Publicitat i Relacions Públi	2	304	98,68	98,67	2,63	0,00	0,00
20495 Planificació de Mitjans	3	365	97,26	100,00	2,74	0,00	0,00
20362 Disseny Gràfic I	1	364	95,60	100,00	4,40	1,10	100,00
20358 Mètodes d'Anàlisi de Missatges	1	364	96,70	97,73	5,49	2,20	100,00
20364 Estructura dels Mitjans de Comunicació i Publicitat	2	332	96,39	100,00	3,61	0,00	0,00
20363 Anàlisi de la Significació de la Imatge	2	324	97,53	98,73	3,70	1,23	0,00
20498 Guió i Disseny d'Interactius per a Publicitat i Comuni	3	300	96,00	100,00	4,00	0,00	0,00
20359 Història i Gèneres dels Mitjans Audiovisuals	1	364	94,51	93,02	12,09	7,69	100,00
20352 Teories i Tècniques de la Ideació Publicitària	1	534	94,38	100,00	5,62	1,12	100,00
20356 Sociologia de la Comunicació i Mètodes d'Investigaci	2	486	93,83	100,00	6,17	1,23	100,00
20361 Anàlisi de la Forma, el Color i la Composició	1	372	96,77	96,67	6,45	2,15	50,00
20360 Opinió Pública	1	364	95,60	97,70	6,59	2,20	50,00
20351 Psicosociologia del Consum	1	534	93,26	100,00	6,74	1,12	100,00
20350 Estructures Socials i Tendències Culturals	1	534	94,38	89,29	15,73	8,99	100,00
20493 Usos Acadèmic i Professionals de l'Anglès	3	320	91,25	100,00	8,75	0,00	0,00
20496 Producció i Realització de Publicitat en Ràdio i Televi	3	456	89,47	100,00	10,53	1,32	100,00
20494 Creació de Missatges Publicitaris	3	390	91,03	98,59	10,26	0,00	0,00
20497 Planificació Estratègica	3	312	88,46	94,20	16,67	5,13	100,00
20499 Estratègies de les Relacions Públiques	3	312	87,18	92,65	19,23	6,41	80,00
Mitjana de la Taxa de rendiment de les assignatures bàsiques i obligatòries							

Taxa de rendiment de les assignatures OPTATIVES
3382 Grau en Publicitat i Relacions Pùbliques

Pla: 398

Curs 2011-2012

Assignatures OPTATIVES	Curs	Matriculats (Total crèdits)	Primera Convocatòria (en %)			Segona Convocatòria	
			Presentats	Aptes	Pendents	Presentats	Aptes
20521 Anàlisi dels Discursos Persuasius		88	95,45	100,00	4,55	4,55	100,00
20523 Anàlisi dels Efectes dels Missatges Publicitaris		60	100,00	100,00	0,00	0,00	0,00
20522 Anàlisi d'Estructures, Temes i Mites Narratius		64	100,00	100,00	0,00	0,00	0,00
20505 Creació i Reallització de l'Audiovisual Empresarial		144	100,00	100,00	0,00	0,00	0,00
20525 Investigació de Processos de Comunicació		4	100,00	100,00	0,00	0,00	0,00
20507 Realització d'Espots		136	100,00	100,00	0,00	0,00	0,00
20515 Comunicació de Risc i de Crisi		136	97,06	100,00	2,94	0,00	0,00
20506 Música i Publicitat		124	96,77	100,00	3,23	0,00	0,00
20511 Direcció de Comptes		188	95,74	100,00	4,26	0,00	0,00
20538 Disseny de la Imatge Visual Corporativa		80	95,00	100,00	5,00	0,00	0,00
20520 Comunicació i Esdeveniments		228	92,98	100,00	7,02	1,75	100,00
20504 Direcció d'Art		172	93,02	97,50	9,30	2,33	100,00
20518 Protocol de les Organitzacions		172	79,07	100,00	20,93	16,28	85,71
20524 Mètodes Qualitatius d'Investigació de Consumidors		52	92,31	100,00	7,69	0,00	0,00
20517 Estratègies d'Acció Social		136	88,24	100,00	11,76	2,94	100,00
20508 Taller de Personatges i Diàlegs		136	91,18	100,00	8,82	0,00	0,00
20514 Estratègia i Gestió de la Marca		156	89,74	100,00	10,26	0,00	0,00
20513 Planificació de Mitjans. Estudi de Casos		140	88,57	100,00	11,43	0,00	0,00
20509 Fotografia		104	88,46	100,00	11,54	0,00	0,00
20512 Màrqueting Directe i Promocional		164	87,80	100,00	12,20	0,00	0,00
20533 Comunicació Intercultural		96	87,50	100,00	12,50	0,00	0,00
20519 Comunicació i Grups d'Influència		84	76,19	100,00	23,81	4,76	100,00
20510 Màrqueting Estratègic i Operatiu Aplicat		124	77,42	100,00	22,58	3,23	100,00
20516 Comunicació Interna		40	80,00	100,00	20,00	0,00	0,00
20528 Legislació de les Activitats de Publicitat i Relacions Pùbliques		28	71,43	100,00	28,57	0,00	0,00
20527 Comunicació Política i Propaganda Electoral		68	70,59	100,00	29,41	0,00	0,00

Mitjana de la Taxa de rendiment de les assignatures OPTATIVES

Q.2. Abandonament

Resultats de l'abandonament - Curs 2011-12

GRAU EN PUBLICITAT I RELACIONS PÙBLIQUES

ABANDONAMENT PER TIPOLOGIA (% RESPECTE A LA COHORT D'ACCÉS)

Cohort d'accés	2008-09	2009-2010	2010-11	2011-12
Total matriculats	86	86	84	93
Total abandonaments	10	8	7	6
Anul·lació de matrícula	0	2,33	1,19	1,08
Règim de permanència a 1r curs (%)	5,81	3,49	1,19	3,23
Esgotament convocatòries	0	0	0	0
Abandonament voluntari a primer curs	5,81	3,49	5,95	2,15
Abandonament voluntari a primer cicle	0	0	0	0
Abandonament voluntari a segon cicle	0	0	0	0
Total abandonament	11,63	9,30	8,33	6,45

* En aquesta taula s'indica, per a cada cohort d'accés, el percentatge d'estudiants que abandona els estudis i el motiu de l'abandonament.

Annex 2

MODIFICACIONS DEL PLA D'ESTUDIS EN RELACIÓ AMB LA REVERIFICACIÓ DEL GRAU EN PUBLICITAT I RELACIONS PÙBLIQUES

Modificacions 2011-2012

1. S'incorpora, com a assignatura optativa, l'assignatura següent, dins de l'itinerari:
Optatives Transversals als Diferents Itineraris:

- **Identitat Espanyola: Espanya a la Cultura Visual i els Mitjans de Comunicació Contemporanis** (5 crèdits ECTS).

2. Es modifica l'ordenació temporal de les assignatures següents:

-L'assignatura **20352-Teories i Tècniques de la Ideació Publicitària** (6 crèdits ECTS) passa d'impartir-se al tercer trimestre a impartir-se al segon trimestre.

- L'assignatura **20350-Estructures Socials i Tendències Culturals** (6 crèdits ECTS) passa d'impartir-se al segon trimestre a impartir-se al tercer trimestre.

Modificacions 2012-2013

1. Creació del nou treball de fi de grau

Atès que des de l'AQU, i per indicació del Rectorat, se'ns ha sol·licitat la creació d'un únic treball de fi de grau, hem hagut de fer una reverificació del pla d'estudis.

El nou treball de fi de grau substituirà els tres treballs finals de grau que teníem fins ara. Aquest constarà de 6 crèdits i s'avaluarà al tercer trimestre.

CONTINGUTS

El treball de finalització de grau ha de contribuir a mostrar i desenvolupar el domini del conjunt de competències generals i específiques del grau en Publicitat i Relacions Pùbliques. És un treball molt vinculat a les competències de capacitat d'anàlisi i de síntesi, d'organització i planificació; de comunicació oral i escrita; de motivació de raonament crític; d'aprenentatge autònom i de creativitat i associació de coneixements. Un treball escrit/memòria, amb la seva corresponent presentació oral, que ens permeti avaluar les capacitats bàsiques que garanteixen els estudis de PUB/RP, en relació amb les activitats formatives que es detallen.

ACTIVITATS FORMATIVES

–Dins de l'aula: 1) Classes magistrals, 2)Seminaris, 3)Tutories presencials, 4) Pràctiques “reglades” (laboratori...).

–Fora de l'aula: 5)Treball en grup, 6) Treball individual (memòries, exercicis...), 7) Pràctiques externes (empreses externes...), 8) Estudi personal.

1) Tutories presencials.

- 2) Elaboració d'una proposta i un pla de treball.
- 3) Cerca, selecció i elaboració de la informació.
- 4) Desenvolupament de la temàtica i redacció del text.
- 5) Presentació i defensa pública.

AVALUACIÓ

1) Participació en les activitats plantejades dins de l'aula, 2) Exàmens, 3) Treball individual (assajos, pràctiques...), 4) Treball en grup, 5) Exposicions o demostracions. En cas que hi hagi prerequisits per cursar l'assignatura han d'indicar-se en aquest apartat, atès que es tracta d'una diagnosi i, per tant, relacionada amb l'avaluació.

Treball en equip o treball individual
 Avaluació del procés d'elaboració del treball
 Avaluació de continguts
 Avaluació de la presentació formal
 Avaluació de la defensa oral del treball

2. Conseqüències en relació amb la creació del treball de fi de grau

2.1. Assignatures que canvien la seva càrrega lectiva

Per poder elaborar el treball de fi de grau s'ha hagut de reduir la càrrega lectiva de les assignatures següents:

Assignatura	Crèdits actuals	Crèdits proposats
Introducció a la Realització de l'Audiovisual Publicitari	6	5
Estructura de l'Empresa i Departaments de Publicitat i Relacions Pùbliques	5	4
Periodisme de Gabinet de Comunicació	5	4
Màrqueting i Comunicació Institucional, Social i Política	5	4
Projecte de Comunicació Social, Institucional i Política	7	5

2.2. Obligatorietat dels treballs de fi de grau

Els tres treballs de fi de grau s'han convertit en tallers. Per tant, en assignatures obligatòries.

Taller de Projectes: Comunicació Publicitària (8 crèdits) (1r trimestre)

Taller de Projectes: Relacions Pùbliques (8 crèdits) (2n trimestre)

Taller de Projectes: Comunicació Social, Institucional i Política (5 crèdits) (2n trimestre)

3. Reconceptualització dels itineraris

3.1. Distribució dels crèdits optatius

Els estudiants han de complimentar obligatòriament un itinerari. Cada itinerari està constituït per un mínim de 20 crèdits. La resta de crèdits optatius han de ser realitzats pels estudiants escollint obligatòriament una assignatura optativa de cadascun dels itineraris restants i una assignatura entre les assignatures transversals als diferents itineraris. Els quatre crèdits restants, fins a un total de quaranta, poden ser escollits entre les assignatures optatives del mateix itinerari, dels itineraris restants o de les diferents assignatures transversals als diferents itineraris.

3.2. Càrrega lectiva per itinerari

Atès que en els itineraris d'Estratègies de Comunicació Publicitària i d'Anàlisi i Investigació en Publicitat i Relacions Pùbliques s'ofereixen únicament cinc assignatures, i segons directius de l'AQU, es proposa el següent:

Creació de l'assignatura optativa Emprenedoria i Innovació dins de l'itinerari Estratègies de Comunicació Publicitària.

Adscriure l'assignatura optativa transversal Màrqueting Digital en Recercadors a l'itinerari Anàlisi i Investigació en Publicitat i Relacions Pùbliques.

4. Altres canvis

Aprofitant que s'ha hagut de fer la reverificació del pla d'estudis degut al treball de fi de grau i als itineraris, s'han inclòs els canvis següents arran de les peticions plantejades pels caps d'itinerari.

4.1. Canvi de curs

Itinerari Creativitat Publicitària

L'assignatura obligatòria Introducció a la Realització de l'Audiovisual Publicitari de segon curs s'impartiria a tercer curs.

L'assignatura obligatòria Producció i Realització de Publicitat en Ràdio de tercer curs s'impartiria a segon curs.

El motiu d'aquest canvi és perquè és recomanable que l'alumne tingui coneixements previs de ràdio abans de realització.

4.2. Assignatures que canvien la seva tipologia

El canvi anterior obliga a canviar la tipologia d'aquestes assignatures:

	Crèdits amb el canvi	Tipologia actual	Nova Tipologia
Introducció a la Realització de l'Audiovisual Publicitari	5	bàsica	obligatòria
Producció i Realització de Publicitat en Ràdio	6	obligatòria	bàsica

4.3. Canvis de noms

Itinerari Relacions Pùbliques

Canvi de nom de l'assignatura Periodisme i Gabinet de Comunicació (obligatòria de quart curs, primer trimestre): Gabinet de Premsa.

Itinerari Creativitat Publicitària

Canvi de nom de l'assignatura Tècniques d'Infografia (obligatòria de primer curs): Introducció al Llenguatge Gràfic.

Canvi de nom de l'assignatura Taller de Personatges i Diàlegs (optativa): Estratègia i Creativitat.

4.4. Canvis de trimestre*Itinerari Estratègies de Comunicació Publicitària*

Planificació de Mitjans. Estudi de Casos (optativa): s'ha d'impartir el trimestre següent de l'assignatura obligatòria de tercer curs Planificació de Mitjans. Per tant, al tercer trimestre.

Itinerari Estratègies de Comunicació Publicitària/Creativitat Publicitària

Canvi de trimestre de les assignatures obligatòries de tercer curs: Planificació Estratègica (es canviaria del segon al tercer trimestre) i Creació de Missatges Publicitaris (es canviaria del primer al segon trimestre) per ajustar-nos a la realitat del procés professional.

Itinerari de Creativitat Publicitària

Estratègia i Creativitat (assignatura optativa): s'impartiria obligatòriament després de l'assignatura obligatòria Creació de Missatges Publicitaris. Per tant, s'impartiria al tercer trimestre.

Itinerari de Relacions Pùbliques

Tècniques d'Oratòria (assignatura optativa): es cursaria abans dels Tallers de Projectes. Per tant, estaria adreçada als alumnes de tercer curs. Preferiblement, s'impartiria al primer trimestre.