



# INFORME DE RENOVACIÓN DE ACREDITACIÓN

## UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES

---

### ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

#### TÍTULOS EVALUADOS

- Carrera Profesional de Ciencias de la Comunicación (Lima y Filial Norte)
- Maestría en Periodismo y Comunicación Multimedia
- Maestría en Relaciones Públicas
- Maestría en Población, Comunicación y Desarrollo Sustentable
- Maestría en Publicidad

## ÍNDICE

1. Datos del centro .....	pg.2
2. Composición de la Comisión de Evaluación Externa .....	pg.3
3. Resultado y alcance del proceso de evaluación .....	pg.4
4. Fortalezas detectadas.....	pg.7
5. Recomendaciones para la mejora.....	pg.9
6. Indicadores.....	pg.18
7. Valoración del Plan de Mejoras .....	pg.20
8. Disposiciones Finales.....	pg.22

## 1. Datos del centro evaluado

<b>Universidad de San Martín de Porres (USMP)</b>	
<b>Centro evaluado</b>	Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación
<b>Presidente de la Comisión de Autoevaluación</b>	Mag. Julio César Mac KayGonza
<b>Dirección</b>	Av. Tomás Marsano N° 151 - 242 Lima 34
<b>Teléfono</b>	00-511- 5136300
<b>Dirección de correo electrónico</b>	<a href="mailto:jmac-kayg@usmp.pe">jmac-kayg@usmp.pe</a> <a href="mailto:djerir@usmp.pe">djerir@usmp.pe</a>

### Carreras que se imparten en el Centro

#### Pregrado:

- Ciencias de la Comunicación (Lima y Filial Norte)

#### Posgrado: Maestrías Modalidad Presencial:

- Periodismo y Comunicación Multimedia
- Relaciones Públicas
- Población, Comunicación y Desarrollo Sustentable
- Publicidad

#### Posgrado: Maestría Modalidad Semipresencial:

- Relaciones Públicas

#### Doctorado Modalidad Semipresencial:

- Doctorado en Relaciones Públicas

<b>Fecha de la visita externa</b>	22 de abril de 2019
<b>Fecha informe provisional de acreditación</b>	17 de diciembre de 2019
<b>Fecha informe final de acreditación</b>	10 de junio de 2020

## 2.- Composición de la Comisión de Evaluación Externa

Perfil	Nombre y apellidos	Universidad/Organismo
<b>Presidente</b>	Xosé López García	Universidad de Santiago de Compostela
<b>Vocal Académico</b>	Pedro Pablo Gutiérrez González	Universidad de Vigo
<b>Vocal Profesional</b>	Juan Maceiras Formosel	Periodista
<b>Vocal Estudiante</b>	María Cruz Negreira Rey	Universidad de Santiago de Compostela
<b>Secretaria</b>	Chabela Belmonte Otero	Técnica de ACSUG

### 3.- Resultado y alcance del proceso de evaluación

**La Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la USMP** obtiene el primer Certificado de Acreditación en enero de 2013, con vigencia hasta 2019. En ese momento, el centro adquiere y cumple el compromiso de elaborar y enviar a la ACSUG un auto-informe de seguimiento siguiendo la "*Guía de seguimiento de los centros universitarios externos al Sistema Universitario Español. 2013*" incluyendo en él su Plan de Acciones de Mejora.

En el año 2015, la Escuela se somete a la siguiente fase del proceso, la evaluación de seguimiento con visita, donde la Comisión de Evaluación Externa valora la evolución y ejecución efectiva de cada una de las acciones incluidas en dicho Plan de Mejoras, dando por cerradas la mayoría de las acciones establecidas en la primera evaluación.

Transcurridos seis años desde la primera acreditación, y tal y como se establece en el certificado concedido por ACSUG, la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación se somete a un nuevo proceso de evaluación con visita para la renovación del certificado conforme a los estándares europeos para la garantía interna de la calidad de centros de educación superior (European Association for Quality Assurance in Higher Education. ENQA. 2015). La visita se realiza el 22 de abril de 2019.

La Comisión de Evaluación Externa quiere destacar el esfuerzo realizado por la Escuela en la elaboración del "Informe de Autoevaluación 2019", así como en la presentación de todas las evidencias asociadas a cada una de las directrices; destacar además la implicación de todos los grupos de interés participantes en las distintas audiencias.

El día 20 de diciembre de 2019, esta Comisión de Evaluación, una vez examinada la documentación y realizada la visita, emite un **informe provisional** abriéndose el plazo de un mes para la presentación de alegaciones y del Plan de Mejoras. En dicho informe se indicaba que los responsables del título/centro/universidad debían diseñar y poner en marcha un Plan de Mejoras, tomando como base las propuestas recogidas en este informe provisional además de las acciones de mejora propuestas por la licenciatura a raíz del análisis realizado en el informe de autoevaluación.

El 7 de febrero de 2020 se recibe en ACSUG el Plan de Mejoras y se procede a su análisis por parte de la Comisión de Evaluación que acuerdan el contenido del Informe Final de Evaluación.

La propuesta de Informe Final de Evaluación Externa se eleva a la "Comisión Galega de Informes, Avaliación, Certificación y Acreditación" (CGIACA), órgano superior de evaluación de ACSUG que ejerce las funciones de emisión de informes, evaluación, certificación y acreditación. Una vez analizada la propuesta de Informe Final realizada por la Comisión de Evaluación, la CGIACA lo aprueba en su reunión del 10 de junio de 2020.

Este Informe Final es el resultado de la evaluación del conjunto de evidencias de carácter documental del título, de la visita de la Comisión de Evaluación a la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la USMP y de la revisión, por dicha Comisión, del Plan de Mejoras. Las acciones incluidas en dicho Plan de Mejoras, así como las recomendaciones adicionales del presente informe, serán objeto de especial revisión durante el proceso de seguimiento del título.

El **alcance** de la evaluación realizada incluye las siguientes titulaciones:

- Pregrado:
  - o Ciencias de la Comunicación (Lima y Filial Norte)
  
- Posgrado: Maestrías Modalidad Presencial:
  - o Periodismo y Comunicación Multimedia
  - o Relaciones Públicas
  - o Población, Comunicación y Desarrollo Sustentable
  - o Publicidad

ACSUG emite un **Informe Final** de evaluación **FAVORABLE, renovando el certificado de Acreditación** de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Martín de Porres **por un periodo de cinco años**. Durante el periodo de validez del certificado, las titulaciones deben llevar a cabo un seguimiento anual, realizando autoinformes en los que se incluya información sobre el estado de ejecución del plan de mejoras, y aportando las evidencias e indicadores que justifiquen dicha información. Los autoinformes de seguimiento anuales serán enviados a la ACSUG y deben ser elaborados de acuerdo a la "*Guía para el seguimiento de los títulos universitarios externos al Sistema Universitario Español*" (versión 2018).

#### 4.- Fortalezas detectadas

- ✓ Se observa una gran implicación de los miembros de la Escuela en este proceso de acreditación y se constata la **participación** en el mismo de todos los grupos de interés.
- ✓ Se evidencia la **instauración de la cultura de la mejora continua**, un ejemplo de ello es la implantación del modelo educativo por competencias a partir de 2016 y la capacitación que reciben los docentes para su adaptación a este modelo.
- ✓ Las **metodologías docentes y los sistemas de evaluación** son variados y ajustados a las diferentes asignaturas.
- ✓ Se constata la actualización de los **perfiles de egreso** y los propios egresados lo han podido contrastar en sus experiencias en otras universidades.
- ✓ Destaca la **formación holística** de esta Escuela. Todos los colectivos entrevistados lo han destacado.
- ✓ Se percibe **satisfacción por parte de los alumnos con los docentes**. Destacan su vinculación con el mundo profesional, que enriquece mucho las clases por su visión práctica y aplicada.
- ✓ Los **Talleres Vivenciales** son un claro punto fuerte de esta Escuela constatando que les aportan a los alumnos la adquisición de competencias profesionales antes de su egreso y les facilita la incorporación al mercado laboral.
- ✓ Los estudiantes tienen y colaboran en el **"Periódico Redacción"**, primer periódico universitario peruano editado para estudiantes. Es miembro de la Sociedad Interamericana de Prensa y del Consejo de Prensa Peruana.
- ✓ Los estudiantes adquieren conocimientos con el **"Alternativo TV"**, video-blog donde los estudiantes realizan funciones como administradores de redes sociales, web, diseño editorial o producción y edición de videos. "Alternativo TV" permite a los alumnos presentar diariamente informativos de 10 minutos sobre diversos temas. Junto a ello está la apuesta radiofónica de la **"Radiodialnet"** como inicio en este mundo periodístico.

- ✓ “**Aficionline**” es el primer portal en internet en el periodismo deportivo en el país realizado por universitarios. Fue reconocido con diversos premios.
- ✓ Los **mecanismos de coordinación docente** se consideran pertinentes y están funcionando adecuadamente. Se observa una coherencia y continuidad en su desarrollo secuencial.
- ✓ Las **instalaciones**, en concreto, los diferentes talleres y su equipamiento se consideran un punto fuerte de esta Escuela. El informe de aulas, laboratorios, talleres y espacios, en general, para la impartición de la docencia y el trabajo de los estudiantes, así como la información sobre los mismos, arroja resultados muy positivos.
- ✓ Se constata el vínculo de los **egresados** con la Escuela a través de diferentes medios y se constata que son, su vez, empleadores.
- ✓ Por otro lado, se constata que los alumnos que realizan las **prácticas**, en un porcentaje significativo se quedan trabajando en las empresas.
- ✓ Aunque no hay datos oficiales, se percibe una elevada **inserción laboral** de los estudiantes de esta Escuela en los medios de comunicación nacionales y se evidencia el reconocimiento social que empleadores y Asociaciones Profesionales dan a los planes de estudios de la Escuela.

## 5.- Recomendaciones para la mejora

### DIRECTRIZ 1: PROCESO DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE

- ✓ Aunque existe una motivación hacia la mejora continua, se evidencia que todavía no está totalmente implantado el Sistema de Garantía de Calidad (SGC), cuyo diseño fue certificado por ACSUG en julio de 2019. Debe continuarse con la implantación del SGC pensando en la estructura de la Escuela, de las titulaciones que se imparten, y el Centro/Facultad donde se integran, y seleccionando aquellos procedimientos, evidencias e indicadores que aporten información útil a la mejora de las titulaciones. Se ha observado en este proceso de evaluación que se genera mucha información que no aporta datos relevantes para la mejora de la calidad de las titulaciones.
- ✓ En el último informe de seguimiento presentado a la ACSUG aparecen cerradas prácticamente todas las áreas de mejora, excepto en el ámbito de la investigación, por lo que se evidencia que se ha hecho un buen seguimiento de las mismas. Sin embargo, el proceso sistemático de revisión de las titulaciones a través del SGC debería generar nuevas oportunidades de mejora. La autocrítica es buena si produce mejoras y es la forma de dirigirse hacia la excelencia.
- ✓ Las evidencias presentadas indican que existe planificación estratégica. Pero el Plan estratégico 2019-2023, del que se indica que está en proceso de socialización, es un documento del que se desconocen las líneas de actuación. Se deben aportar evidencias del mismo.
- ✓ Reflexionar sobre si sería oportuno introducir contenidos/competencias sobre el emprendimiento en el sector de la comunicación. Es una demanda que se ha manifestado por diferentes colectivos.
- ✓ Se ha realizado un cálculo de indicadores para este proceso de evaluación, pero se debe mejorar el análisis de los mismos para que sean fácilmente interpretables y poder activar acciones de mejora. A través de los datos presentados resulta difícil extraer conclusiones precisas sobre los distintos apartados.
- ✓ Las encuestas de satisfacción han mejorado en los últimos años aunque se debe pensar en su estructura para que se pueda explotar adecuadamente la información que aportan. En el análisis de las encuestas se deben incluir siempre los porcentajes

de participación de los diferentes colectivos, la escala de valoración utilizada, la periodicidad con las que se realizan y los comentarios sobre aquellos aspectos que obtienen una peor valoración y su evolución a lo largo del tiempo.

- ✓ Se deben mejorar los indicadores de movilidad de alumnado y profesorado. Se debe informar adecuadamente de las oportunidades de intercambios y vincular movilidad con investigación para tratar de mejorar ambos parámetros.

## **DIRECTRIZ 2: RECURSOS HUMANOS**

- ✓ La política de recursos humanos debe intensificar la contratación de personal a tiempo completo y, sobre todo, la incorporación de doctores, así como incentivar la formación permanente.
- ✓ En el momento de la evaluación el 48% del profesorado tiene dedicación a Tiempo Completo. Se considera necesario reforzar los incentivos para incrementar el tiempo de dedicación a la investigación. En esta línea, las posibilidades de movilidad del profesorado se incrementarían en el marco de las actividades de investigación. Una estructura consolidada de profesorado puede repercutir positivamente en la calidad de la formación impartida, por lo que se debe seguir trabajando en este sentido.
- ✓ La política de personal administrativo precisa avances para mejorar su implicación y su participación en los procesos. Se mantiene la recomendación de fomentar en la Universidad la participación del personal administrativo en los órganos de gobierno.

## **DIRECTRIZ 3: RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE**

- ✓ Aunque se ha constatado que funcionan las tutorías, especialmente para aquellos alumnos que lo requieren especialmente, se debe reflexionar sobre el plan existente tratando de desarrollar un Plan de Acción Tutorial integral dirigido a todos los alumnos, que comience cuando el alumno ingresa en la Escuela, se le oriente a lo largo de sus estudios y se le ayude a tomar decisiones al finalizar los estudios para insertarse en el mundo profesional.
- ✓ Se recomienda revisar el nivel de cobertura de la red WIFI en todo el Centro.

- ✓ Explotar todas las posibilidades del campus virtual y promover su utilización entre los docentes.
- ✓ La mejora de la adquisición de fondos bibliográficos debe completarse con acuerdos para el acceso a las principales bases de datos de Ciencias de la Comunicación.
- ✓ Se recomienda activar planes de mejora que contribuyan a mejorar las gestiones administrativas del centro, en el sentido de agilizar trámites burocráticos.

#### **DIRECTRIZ 4: EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES**

- ✓ Se debe realizar un análisis sistemático de los resultados globales de las titulaciones, tasas de graduación, abandono, u otros indicadores que aporten información relevante a este centro, etc., para detectar posibles mejoras en los planes de estudio.
- ✓ Se debe realizar un análisis cualitativo de las encuestas de satisfacción, fundamental en este tipo de procesos para poder aplicar mejoras. Igualmente, los alumnos deberían recibir información sobre los resultados de estas encuestas.
- ✓ La tasa de graduación es especialmente baja en pregrado (en ninguno de los semestres analizados de la Filial de Lima se alcanza el 50%; de la Filial Norte no se aportan datos). Estos datos indican que no se está graduando ni la mitad de los alumnos que debieran hacerlo. Debe hacerse un análisis para tratar de conocer las causas de este bajo nivel de graduación y/o revisar la forma de cálculo de este indicador por si no estuviera proporcionando información fiable sobre las titulaciones. Para ello se recomienda tomar como referencia la fórmula de cálculo recogida en la "Guía de evaluación de los títulos universitarios externos al Sistema Universitario Español" (2018).

**DIRECTRIZ 5: INFORMACIÓN**

- ✓ Aunque se ha mejorado considerablemente la web en los últimos años, se han detectado carencias en la información pública disponible en la página web. Tal y como establecen los estándares de calidad europeos, aspectos como los programas de las asignaturas (contenidos, competencias, sistemas de evaluación...) deben ser públicos y accesibles. También deben hacerse públicos en la web los datos para las distintas tasas de resultados calculadas para cada una de las titulaciones.
- ✓ La información en la web sobre el profesorado de la Escuela es muy escasa. Se debe completar la información incluyendo los datos de contacto, perfiles, etc.
- ✓ Se debe seguir trabajando en la mejora de la información pública ofrecida en la web de la Universidad/Facultad/Escuela incorporando información sobre los aspectos que se destacan en la siguiente tabla (detectados durante el proceso de evaluación presencial) y publicando los nuevos procedimientos que se vayan elaborando y aprobando dentro del Sistema de Garantía de Calidad.

<b>INFORMACIÓN PÚBLICA</b>	
<b>Denominación de los títulos que se imparten en el centro</b>	En la web es pública y accesible la denominación de los títulos de pregrado y posgrado de Comunicación.
<b>Número de créditos</b>	En la web se encuentran con facilidad el número total de créditos para los estudios de maestría y doctorado. Se recomienda introducir el total de créditos en la información sobre la carrera de turismo y comunicación en la web y en la Guía del Estudiante (información que sí se encuentra en el currículo del título <a href="http://www.usmp.edu.pe/pdf/TRANSPARENCIA/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20DE%20LA%20COMUNICACION%20Y%20TURISMO%20Y%20PSICOLOGIA%20DE%20LA%20COMUNICACION.pdf">http://www.usmp.edu.pe/pdf/TRANSPARENCIA/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20DE%20LA%20COMUNICACION%20Y%20TURISMO%20Y%20PSICOLOGIA%20DE%20LA%20COMUNICACION.pdf</a> )
<b>Tipo de enseñanza (presencial, semipresencial, virtual)</b>	En la web se encuentra información sobre el carácter presencial de los pregrados en Comunicación y Turismo y la enseñanza presencial o semipresencial de las maestrías y doctorados. Se facilita información sobre el horario de clases presenciales, pero se recomienda completar el cronograma académico de manera que el alumnado pueda consultar el desarrollo total de los cursos de los distintos títulos.
<b>Régimen de estudios (tiempo completo, tiempo parcial)</b>	Dificultad para encontrar información relativa a las opciones de cursar los títulos a tiempo completo o parcial. Se recomienda incluir esta información en la Guía del Estudiante y los

	apartados de información general de los títulos en la web del centro.
<b>Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas</b>	Dificultad para encontrar el número de plazas ofertadas para cada título. Se recomienda introducir esta información en la información general de los títulos en la web.
<b>Idiomas en los que se imparte el título</b>	En los planes de estudio de los títulos se imparte la materia de inglés y se exige un nivel básico de un idioma extranjero o lengua nativa para la admisión del alumnado. También se exige el conocimiento de idiomas para la obtención de la titulación. Sin embargo, debería indicarse con claridad en la web los idiomas en los que se imparten las materias.
<b>Normativas de la universidad, centro, etc.</b>	Normativa accesible en la sección Transparencia de la web.
<b>Objetivos del título/Competencias del título</b>	Los objetivos de los títulos del centro son accesibles y públicos en la web. En cuanto a las competencias/perfil del egresado, se recomienda que sean más específicas, sobre todo para el pregrado de Comunicación. Se recomienda tomar como referencia el Currículo de la Carrera Profesional, donde los objetivos y competencias se detallan de manera más específica.
<b>Criterios de acceso y admisión</b>	Se facilita información clara sobre los requisitos y trámites académicos para la admisión. Se podría aclarar cómo se valora el CV de los postulantes y sus méritos académicos, profesionales, de idiomas, etc., a fin de que el proceso sea más transparente.
<b>Proceso de matrícula</b>	Información pública y accesible del cronograma, procesos, trámites, requisitos y costos de la matrícula.
<b>Procedimientos de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso</b>	En la web se facilita información sobre los títulos, servicios administrativos y de atención y orientación a estudiantes que son de interés para el alumnado de nuevo ingreso. Se adjuntan evidencias de actos de bienvenida a los estudiantes.
<b>Perfil de ingreso recomendado</b>	La descripción del perfil de ingreso en la web para el pregrado de Comunicación es demasiado general. Se recomienda especificar mejor el tipo de alumno que se busca para el título, haciendo referencia a los intereses, aptitudes o habilidades que pueda tener en relación con la comunicación o el periodismo. Se recomienda incluir información sobre el perfil de ingreso recomendado para las maestrías y doctorados de comunicación.
<b>Perfil profesional</b>	El perfil del egresado es demasiado general para el pregrado de Comunicación; se podrían incluir competencias más específicas y relacionadas con la carrera, tal y como se detallan en el Currículo. Sí se aporta información sobre las salidas profesionales para las que habilita el título.
<b>Condiciones o pruebas de acceso especiales, si existen</b>	Se incluye información relativa al examen y los requisitos que deben realizar los alumnos que postulan al pregrado.

<b>Información sobre la transferencia y reconocimiento de créditos</b>	No se aportan evidencias. En el artículo 5 del Reglamento de Grados y Títulos se hace referencia a la posibilidad de homologación y revalidación de estudios, pero no se aclara la normativa específica ni el proceso. No es fácil encontrar esta información en la web y resulta insuficiente para el alumnado.
<b>Complementos formativos necesarios (en función de la formación previa acreditada por el estudiante), si fuese el caso</b>	En la web no se encuentra información sobre la necesidad de complementos formativos.
<b>Estructura del programa formativo: denominación del módulo o materia, contenido en créditos, organización temporal, carácter obligatorio u optativo</b>	<p>En el Plan de Estudios se detalla la distribución temporal de las materias y el número de créditos de cada una de ellas. En la web el alumnado también tiene acceso al horario detallado de las materias por ciclos.</p> <p>Sin embargo, y aunque en el Currículo de la Carrera se especifica si las materias son generales, específicas o de especialidad, falta especificar su carácter obligatorio u optativo.</p>
<b>Horarios</b>	<p>Para la carrera de Comunicación se detallan los horarios de las asignaturas por ciclos.</p> <p>Para las maestrías se especifican los horarios en función de la modalidad presencial o semipresencial, pero se recomienda completar el cronograma académico para que el alumnado pueda planificar la totalidad del curso -en el momento de la evaluación solo se puede consultar el cronograma del semestre actual.</p>
<b>Calendario de exámenes</b>	<p>No se aportan evidencias. En la web se encuentra un cronograma de exámenes para Comunicación en el que solo se muestran las pruebas para los primeros días del mes de abril.</p> <p>Se recomienda publicar el cronograma completo de la distribución de pruebas y exámenes para todo el curso, a fin de mejorar la información y planificación del alumnado.</p>
<b>Guías docentes/Programación docente</b>	No se aportan evidencias. En la web no se encuentran con facilidad las guías docentes de las asignaturas. Se recomienda que sean incorporadas y asociadas al plan de estudios.
<b>Examen profesional (Comisión, convocatorias, etc.)</b>	No se aportan evidencias.
<b>Tesis (Comisión, convocatorias, etc.)</b>	En el Reglamento de Grados y Títulos se especifica el proceso de elaboración, registro y defensa de la tesis. Para los diferentes títulos el estudiante tiene modelos para la elaboración del proyecto de investigación e información sobre los tutores. No obstante, se podría completar la información con los plazos establecidos para cada curso, las convocatorias, los calendarios de defensa, etc.
<b>Información sobre las prácticas externas, si las hubiera</b>	<p>En el portal La Bolsa se ofrece información sobre los procesos y trámites para solicitar prácticas externas, así como los modelos de documentos para realizarlos.</p> <p>Se recomienda incluir un listado con las empresas con las que el centro tiene un convenio activo para la realización de prácticas, haciendo público también dicho convenio. Convendría aclarar también el cronograma que tiene que seguir</p>

	el alumnado para la solicitud de las prácticas y los criterios que se siguen a la hora de asignarlas.
<b>Descripción del profesorado (asignaturas que imparte, horario de tutorías, correo electrónico,...)</b>	<p>En la sección de la web Conoce a tus docentes se ofrece la relación de profesores con su nombre y las asignaturas que imparten. Sería recomendable relacionar esta información con la de Tutorías, donde se puede ver el correo electrónico del docente y su horario de tutorías.</p> <p>Cada perfil de profesor debería incluir sus datos de contacto, horario de clases y tutoría, vinculación con su actividad investigadora, etc.</p>
<b>Descripción de otros recursos humanos disponibles para llevar a cabo el plan de estudios</b>	En la Guía del Estudiante y otros apartados de la web relacionados con las prácticas externas, los servicios administrativos, etc., se aporta información sobre los responsables de gestión y el personal no docente, sus horarios de atención al estudiantado y su datos de contacto.
<b>Aulas y seminarios</b>	No se hace una descripción detallada de la capacidad y equipamiento de las aulas.
<b>Laboratorios</b>	Según las evidencias aportadas, los laboratorios parecen ajustarse a las necesidades del título.
<b>Salas de informática</b>	Las evidencias no aportan información referente a las aulas de informática.
<b>Salas de estudio</b>	No se aporta ni se encuentra información referida a las salas de estudio disponibles para el alumnado.
<b>Biblioteca</b>	La web dispone de información sobre el servicio de biblioteca, horarios, base de datos, tramitación del carné, etc.
<b>Normativa relativa a movilidad</b>	<p>En la web hay información sobre los convenios de movilidad con otras universidades de Latinoamérica, EEUU, Canadá y Europa. También se informa del proceso de postulación y del calendario.</p> <p>En el apartado de la web 'Sobre tu carrera', se recomienda revisar el listado de universidades con las que hay convenio vigente y especificar si la oferta es para estudiantes y/o docentes. Se identifican incongruencias con la información del portal Internacional, donde se referencia un acuerdo con la Universidad de Florida (EEUU) para Comunicación que no aparece en la información sobre el título, por ejemplo.</p>
<b>Otros servicios disponibles</b>	Se aporta información sobre otros servicios para el alumnado.
<b>Espacios para los representantes de estudiantes</b>	En las evidencias aportadas se hace referencia al Tercio Estudiantil como órgano de representación del alumnado, pero no queda claro si disponen de espacio físico reservado para ellos.
<b>Tasa de graduación</b>	No se aportan evidencias en el apartado de información pública. No se encuentra en la web información referida a las tasas y los resultados.

<b>Tasa de abandono</b>	No se aportan evidencias en el apartado de información pública. No se encuentra en la web información referida a las tasas y los resultados.
<b>Tasa de eficiencia</b>	No se aportan evidencias en el apartado de información pública. No se encuentra en la web información referida a las tasas y los resultados.
<b>Tasa de rendimiento</b>	No se aportan evidencias en el apartado de información pública. No se encuentra en la web información referida a las tasas y los resultados.
<b>Tasas de inserción laboral</b>	No se aportan evidencias en el apartado de información pública. No se encuentra en la web información referida a las tasas y los resultados.
<b>Otras tasas complementarias que el título hace públicas</b>	No se aportan evidencias en el apartado de información pública. No se encuentra en la web información referida a las tasas y los resultados.
<b>Documentación del sistema de garantía de calidad</b>	Hay información sobre los objetivos y la política de calidad del centro y sobre los procedimientos de trabajo.

## DIRECTRIZ 6: RELACIÓN DE LA INSTITUCIÓN CON EL ENTORNO

- ✓ Se debe buscar una mayor promoción de la Escuela, por ejemplo, a través de la difusión de las actividades y trabajos que hacen los alumnos en los talleres vivenciales de RADIO, TV, ETC... En definitiva, explotar más el potencial de la Escuela y su presencia en la sociedad civil de Perú.
- ✓ Reforzar la orientación profesional a los estudiantes aprovechando el contacto con los empleadores para organizar charlas orientativas o informativas con los alumnos. También es importante el asesoramiento para el emprendimiento tal y como se ha manifestado por alumnos y egresados.
- ✓ Aunque se constata una elevada inserción laboral de los alumnos de esta Escuela, se deben realizar estudios institucionales sobre seguimiento de egresados o estudios de empleabilidad, para poder disponer de este tipo de indicadores y poder reorientar o adaptar la oferta académica, si fuese necesario.

**DIRECTRIZ 7: INVESTIGACIÓN**

- ✓ A pesar de la reciente creación de los “semilleros de investigación” y del trabajo que está realizando el Instituto de Investigación de la Escuela, los resultados de la actividad investigadora son todavía modestos. La apuesta por la investigación exige un plan plurianual con objetivos realistas y con acciones estables. La estrategia de publicaciones debe contemplar la potenciación de la revista “*Correspondencias y análisis*” y planes para publicar en otras revistas, preferentemente del ámbito iberoamericano.
- ✓ Los dos pilares de una universidad de calidad son la docencia y la investigación. Es cierto que esta cuestión depende mucho del contexto, de la política nacional y del entorno productivo, lo que ACSUG ya tiene en cuenta, pero sin investigación no hay universidad. Es importante que la Universidad sea consciente de esta área de mejora y se realice un seguimiento de los avances que se van realizando. En este momento, aunque se ha mejorado, el número de doctores sigue siendo insuficiente (en torno al 10%); como consecuencia, se evidencia una carencia de publicaciones en revistas científicas de referencia internacional.
- ✓ Se deben fomentar las colaboraciones con personal docente e investigador de reconocido prestigio del ámbito internacional.

**DIRECTRIZ 8: ÓRGANOS DE GOBIERNO**

- ✓ Se recomienda reforzar el papel del Personal de Administración y Servicios dentro de los órganos de gobierno de la Facultad.

## 6.- Indicadores

- ✓ Hay una tendencia positiva (en demanda, egresados...) que muestra la sostenibilidad del centro y del plan formativo, pero se precisa un impulso para mejorar los indicadores básicos de personal investigador y de difusión de resultados de investigación.
- ✓ Es necesario realizar un análisis más detallado de los datos presentados y su evolución, con interpretación y contextualización de los resultados, lo que permitirá indicar puntos fuertes y débiles para un modelo sostenible y de futuro.
- ✓ En lo que respecta a las encuestas de satisfacción de estudiantes y docentes, en el análisis se deben incluir siempre los porcentajes de participación de los diferentes colectivos, la escala de valoración utilizada, la periodicidad con las que se realizan y los comentarios sobre aquellos aspectos que obtienen una peor valoración, las propuestas de mejora para subsanarlos y su evolución a lo largo del tiempo.

**ANÁLISIS DETALLADO DE LOS INDICADORES DE PREGRADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
(Lima y Filial Norte)**

<b>DATOS GENERALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No hay cambios sustanciales en los últimos años en la oferta de plazas ni en el número de alumnos de nuevo ingreso. En este último caso hay un ligero repunte en el último año.</li> <li>- El alumnado matriculado sigue, igualmente, una tendencia al alza en los tres últimos años.</li> <li>- El número de egresados sigue una tendencia estable.</li> <li>- En cuanto al grado de movilidad de los alumnos, este sigue muy bajo, aunque se aprecia un aumento en el año 2017.</li> <li>- (Filial Norte) Los índices de los que parten son inferiores a los alcanzados por el centro matriz. El propio informe de autoevaluación lo reconoce. La planificación muestra más carencias, así como la revisión de los programas de las materias y la participación en los procesos de mejora. Tiene que partir y seguir el camino que hizo en su día la matriz.</li> </ul>
<b>RECURSOS HUMANOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El número total de profesores se mantiene relativamente estable en torno a 200 efectivos, observándose una mejora de la tasa de profesorado a tiempo completo.</li> <li>- El % de profesorado doctor es muy bajo, y se viene manteniendo estable en torno al 10%. El porcentaje de profesorado con Maestría está en torno al 33%.</li> <li>- Los datos de movilidad de profesorado son bajos.</li> <li>- El personal administrativo se mantiene estable en torno a 50 efectivos.</li> </ul>
<b>BIBLIOTECA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El número de puestos de lectura es estable (296).</li> <li>- El número de ejemplares ha aumentado desde 2016 en su conjunto entendiéndose por tal a los libros, revistas, publicaciones electrónicas y bases de datos.</li> </ul>
<b>RESULTADOS PREGRADO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La tasa de rendimiento es estable en torno al 90%.</li> <li>- En lo que se refiere a la tasa de eficiencia se mantiene en valores próximos al 95%.</li> <li>- La Tasa de abandono es reducida aunque solo se aportan datos hasta el primer semestre del 2016. No se aportan datos de este indicador para la Filial Norte.</li> <li>- El cálculo de la tasa de graduación por semestres no permite su valoración objetiva. No obstante los porcentajes oscilan entre un 25% y un 45%.</li> <li>- En lo que se refiere a la inserción laboral, se sitúa en el 44% en el año 2018. No se sabe si los datos corresponden a las dos sedes.</li> </ul>

## ANÁLISIS DETALLADO DE LOS INDICADORES DE POSGRADO

<b>MAESTRIA EN POBLACIÓN, COMUNICACIÓN Y DESARROLLO SUSTENTABLE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El número de alumnos de nuevo ingreso se mantiene estable en torno a 25 alumnos.</li> <li>- En lo que se refiere al porcentaje de doctores, los datos de 2019 indican un 25% de doctores, aunque no se cuenta con profesorado a tiempo completo en los dos últimos años.</li> <li>- La tasa de rendimiento ronda el 100% en los últimos años.</li> <li>- La tasa de abandono es prácticamente inapreciable.</li> <li>- La tasa de graduación es del 68% en 2017 y del 100% en 2018.</li> </ul>
<b>MAESTRIA EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN MULTIMEDIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El número de alumnos de nuevo ingreso se mantiene estable en torno a 20-25 alumnos.</li> <li>- En lo que se refiere al porcentaje de doctores, los datos de 2019 indican un 50% de doctores, sin embargo en la tabla sobre información del profesorado solo constan 3 doctores de 8 docentes). El profesorado a tiempo completo es del 25%.</li> <li>- La tasa de rendimiento alcanza valores cercanos al 100%.</li> <li>- La tasa de abandono es prácticamente inapreciable.</li> <li>- La tasa de graduación es del 80% en el segundo semestre de 2018.</li> </ul>
<b>MAESTRÍA EN PUBLICIDAD</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El número de alumnos de nuevo ingreso oscila entre 10 y 17 en los últimos dos años.</li> <li>- En lo que se refiere al porcentaje de doctores, los datos de 2019 indican un 12,50% de doctores (1 doctor de 8 docentes). El profesorado a tiempo completo también es del 12,50%</li> <li>- La tasa de rendimiento alcanza valores cercanos al 100%.</li> <li>- La tasa de abandono es nula.</li> <li>- La tasa de graduación es del 66,70% en el segundo semestre de 2018, constatando una evolución descendente en los últimos dos años.</li> </ul>
<b>MAESTRIA EN RELACIONES PÚBLICAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El número de alumnos de nuevo ingreso oscila entre 28 y 16 en los últimos dos años.</li> <li>- En lo que se refiere al porcentaje de doctores, los datos de 2019 (primer semestre) indican un 50% de doctores (4 doctores de 8 docentes). El profesorado a tiempo completo es del 12,50%.</li> <li>- La tasa de rendimiento alcanza valores cercanos al 100%.</li> <li>- La tasa de abandono es prácticamente inapreciable.</li> <li>- La tasa de graduación es del 69,60% en el segundo semestre de 2018.</li> </ul>

## 7.- Valoración del Plan de Mejoras

El día 20 de diciembre de 2019, ACSUG emite un **informe provisional de evaluación** abriéndose el plazo de un mes para la presentación de alegaciones y del Plan de Mejoras. En dicho informe se indicaba que los responsables del centro/universidad debían diseñar y poner en marcha un Plan de Mejoras, tomando como base las propuestas recogidas en este informe provisional además de las acciones de mejora propuestas por el centro a raíz del análisis realizado en el informe de autoevaluación.

El 7 de febrero de 2020 se recibe en ACSUG el Plan de Mejoras y se procede a su análisis por parte de la Comisión de Evaluación.

Se han presentado **acciones de mejora** para cada recomendación del informe provisional estructuradas conforme a cada una de las directrices del proceso de evaluación. Las propuestas recogen estos apartados: denominación de la propuesta, punto débil detectado, ámbito de aplicación, responsable de su aplicación, objetivos específicos, tareas/actuaciones a desarrollar, periodo de ejecución, recursos/financiación, beneficios esperados, indicadores de ejecución y responsable de seguimiento.

La Comisión de Evaluación valora positivamente las propuestas elaboradas por el Centro. En líneas generales, se han atendido todas las indicaciones que se hacía en el Informe provisional, salvo la siguiente:

### **1) Fomentar la participación del personal administrativo en los órganos de gobierno.**

*Tras el periodo de alegaciones se informa de que "El Reglamento General de la Universidad de San Martín de Porres señala que los órganos de gobierno de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología son el Consejo de Facultad y el Decanato. El Consejo de Facultad está integrado por el Decano, quien lo preside, (5) cinco directores de oficina, designados por el Decano; y los representantes de los estudiantes en una proporción equivalente al tercio total de los miembros del Consejo de Facultad. En este reglamento, no figura la participación del personal administrativo. Debido a la estructura normativa de la universidad, no se ha realizado un plan de mejora para esta observación".*

A continuación, se señalan una serie de aspectos que el Centro debe revisar con especial atención durante el proceso de seguimiento:

- Todas las acciones de mejora excepto la 7.1. relacionada con la directriz de Investigación, tienen un periodo de ejecución similar, con finalización en 2020. Se recomienda revisar este aspecto ya que, para algunas de las acciones, el período indicado se podría prorrogar más allá del año en curso.
- Es importante que en futuros procesos de seguimiento, el Centro aporte los indicadores y tasas académicas desagregados por cada una de las titulaciones incluidas en el alcance de este informe.
- En el análisis de las encuestas de satisfacción de estudiantes y docentes se deben incluir siempre los porcentajes de participación de los diferentes colectivos, la escala de valoración utilizada, la periodicidad con las que se realizan y los comentarios sobre aquellos aspectos que obtienen una peor valoración. Esto permitirá elaborar propuestas de mejora para subsanar las deficiencias y controlar la evolución a lo largo del tiempo.

## 8.- Disposiciones Finales

Este informe de evaluación **FAVORABLE** tiene una validez de **cinco años**. Durante el periodo de validez del certificado, el centro debe llevar a cabo un seguimiento anual, realizando un autoinforme en el que se incluya información sobre el estado de ejecución del plan de mejoras, y aportando las evidencias e indicadores que justifiquen dicha información. El autoinforme de seguimiento anual será enviado a ACSUG.

Al cabo de **tres años** desde la fecha de emisión de este informe, la ACSUG realizará una **evaluación de seguimiento** para comprobar la ejecución efectiva de las acciones incluidas en el Plan de Mejoras y remitirá a la universidad un informe de seguimiento sobre el cumplimiento de dicho Plan.

Cuando se cumplan **cinco años** desde la emisión de este informe, cada titulación se debe someter a un proceso de **renovación de la acreditación** que incluirá necesariamente una visita a la universidad.

Santiago de Compostela, 10 de junio de 2020

Secretario CGIACA

Director ACSUG



Dr. D. José Eduardo López Pereira