

Planes de estudio

▪ Elaboración de planes de estudio de títulos de grado

- El proceso para la adaptación de los vigentes planes de estudio al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) tiene su origen en RD 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, que crea el marco legislativo para la adaptación de los planes de estudio al EEES.
- En el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía, dicho real decreto se complementa con la normativa que emana de la Comisión Académica del Consejo Andaluz de Universidades (CAU), órgano que decide sobre el desarrollo normativo del proceso en Andalucía y fija el mapa de titulaciones. La Comisión Académica del CAU se estructura en siete Comisiones de Rama (Arte y Humanidades; Ciencias Jurídicas; Ciencias Económicas y Empresariales; Ciencias Sociales y de la Educación; Ciencias de la Salud; Ciencias; Ingeniería y Arquitectura), cada una de las cuales está presidida por un Rector y compuesta por Vicerrectores de todas las Universidades, Agentes Sociales y Estudiantes.
- En el ámbito de la Universidad de Granada, la mencionada normativa se complementa con la "Guía para la elaboración de propuestas de planes de estudio de títulos oficiales de grado", aprobada en Consejo de Gobierno de la UGR, celebrado el 25 de julio de 2008, mediante la cual se concretan las directrices para el desarrollo del proceso para la elaboración de los correspondientes títulos universitarios oficiales de grado. En esta guía se establecen la composición de los equipos de trabajo, las directrices a seguir y el procedimiento para aprobación de títulos oficiales de grado, que con el espíritu de que sea lo más abierto, participativo y transparente posible, ha de pasar para su aprobación por los siguientes comisiones u órganos de gobierno: Equipo Docente de la Titulación, Junta de Centro, Comisión de Planes de Estudio, Comisión de Títulos de Grado, Consejo de Gobierno y Consejo Social. Tras este proceso, las propuestas aprobadas siguen los pasos previstos para su aprobación por el Consejo Andaluz de Universidades y por el Consejo de Universidades.

Desde la fecha de la última memoria académica, se ha avanzado sustancialmente en el proceso de adaptación de todos los estudios previos – diplomaturas y licenciaturas – en los grados actuales, en las siguientes líneas de actuación:

- Al inicio del curso 2010-2011, se han implantado los primeros cursos de 58 nuevos grados.
- Se han elaborado las Memorias de verificación de tres nuevos grados -Criminología, Ciencia y Tecnología de Alimentos, e Ingeniería Electrónica-.
- Se ha trabajado en el desarrollo y puesta en marcha de los cursos de adaptación para diplomados
- Se ha iniciado el procedimiento de modificación de algunos títulos (Medicina, Odontología, Farmacia, Nutrición Humana y Dietética, ...)
- Se ha asistido en el proceso de puesta en marcha de nuevas dobles titulaciones de Grado (Grado en Ingeniería Informática-Matemáticas), además de las ya existentes (Doble Grado en Derecho-LADE; Doble Grado en Derecho-Ciencias Políticas y de la Administración).
- Se ha formalizado el procedimiento de solicitud y aprobación de reconocimiento de créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación. El número de actividades aprobadas en el Consejo de Gobierno de 27 de junio de 2011, para el curso académico 2011-2012, asciende a 38.

Un resumen de la situación del proceso anteriormente descrito a día 15 de julio se puede observar en la Fig. 1.

Figura 1. Proceso de Homologación de los Títulos de Grado

Tabla actualizada a 13 de junio de 2011

GRADUADO/GRADUADA EN	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Administración y Dirección de Empresas									
Antropología Social y Cultural									
Arquitectura									
Bellas Artes									
Biología									
Bioquímica									
Ciencias Ambientales									
Ciencia y Tecnología de los alimentos									
Ciencias de la Actividad Física y del Deporte									
Ciencias Políticas y de la Administración									
Comunicación Audiovisual									
Conservación y Restauración de Bienes Culturales									
Criminología									
Derecho									
Economía									
Educación Social									
Enfermería									
Estadística									
Estudios Árabes e Islámicos									
Estudios Franceses									
Estudios Ingleses									

GRADUADO/GRADUADA EN	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Farmacia									
Filología Clásica									
Filología Hispánica									
Filosofía									
Finanzas y Contabilidad									
Física									
Fisioterapia									
Geografía y Gestión del Territorio									
Geología									
Gestión y Administración Pública									
Historia									
Historia del Arte									
Historia y Ciencias de la Música									
Información y Documentación									
Ingeniería Civil									
Ingeniería Electrónica Industrial									
Ingeniería de Edificación									
Ingeniería de Tecnologías de Telecomunicación									
Ingeniería Informática									
Ingeniería Química									
Lenguas Modernas y sus Literaturas									
Literaturas Comparadas									
Logopedia									
Maestro en Educación Infantil									
Maestro en Educación Primaria									
Marketing e Investigación de Mercados									
Matemáticas									
Medicina									
Nutrición Humana y Dietética									
Odontología									
Óptica y Optometría									
Pedagogía									
Psicología									
Química									
Relaciones Laborales y Recursos Humanos									
Sociología									
Terapia Ocupacional									
Trabajo Social									
Traducción e interpretación									
Turismo									

1. Anteproyecto de Grado aprobado en Junta de Centro
2. Anteproyecto expuesto a información pública
3. Anteproyecto aprobado en Consejo de Gobierno / Consejo Social
4. Proyecto enviado para su verificación
5. Informe Previo de verificación (ANECA / AGAE)
6. Resolución positiva Consejo Universidades
7. Petición de implantación a la Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa
8. Establecimiento del carácter oficial del Título e inscripción en el RUCT (Consejo de Ministros)
9. Publicación en BOE / BOJA del Plan de Estudios

▪ Proceso de vinculación y adscripción

El procedimiento de vinculación y adscripción de materias y asignaturas de los nuevos títulos de grado de la Universidad de Granada a ámbitos del conocimiento fue aprobado en sesión ordinaria del Consejo de Gobierno, celebrada el 25 de junio de 2009. En dicho procedimiento se establecen dos fases:

- a) *La vinculación* de las materias y asignaturas a los ámbitos del conocimiento.
- b) *La adscripción* a los Departamentos.

Este proceso se ha llevado a cabo de forma conjunta por el Vicerrectorado de Enseñanzas de Grado y Posgrado y por el Vicerrectorado de Ordenación Académica y Profesorado. En este curso académico, sólo se ha realizado para las nuevas titulaciones: Ciencia y Tecnología de Alimentos e Ingeniería Electrónica.

Las tablas con las vinculaciones y las adscripciones aprobadas pueden ser consultadas en la web de Secretaría General.

▪ Actividad normativa relacionada con la implantación de los nuevos planes de estudios

La actividad normativa del Vicerrectorado ha consistido en el estudio y la elaboración de proyectos de normativas en diversas cuestiones, académicas y/o administrativas, cuya regulación es necesaria para una plena implantación de los nuevos planes de estudios.

a) Reconocimiento de créditos por estudios realizados en el marco de ciclos formativos de formación profesional de grado superior.

La Ley Orgánica 4/2011, de 11 de marzo, complementaria de la Ley de Economía Sostenible, por la que se modifican las Leyes Orgánicas 5/2002, de 19 de junio, de las Cualificaciones y de la Formación Profesional, 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, y 6/1985, de 1 de julio, del Poder Judicial, dedica su disposición adicional primera a establecer las bases de la "Colaboración entre la formación profesional superior y la enseñanza universitaria". Además de prever la creación de "entornos integrados de formación superior", esta disposición impone que "Las administraciones educativas y las universidades, dentro del ámbito de sus respectivas competencias, y de acuerdo con el régimen establecido por el Gobierno" determinen las condiciones en las que pueda procederse a un reconocimiento de créditos en una doble dirección: créditos de la formación profesional superior en los nuevos grados; y créditos correspondientes a estudios universitarios de grado, o equivalente, en los módulos profesionales de los ciclos formativos de grado superior.

Sobre este mandato legal, este Vicerrectorado ha mantenido conversaciones con la Dirección General de Universidades de la Junta de Andalucía y con algunos Centros en los que se imparten titulaciones especialmente relacionadas con ciclos formativos de grado superior. Igualmente, se está estudiando documentación diversa con el objetivo de determinar el modo en que la Universidad de Granada, que carecía de experiencia previa en este ámbito, procederá a este reconocimiento de créditos. Todo ello, a la espera de que el Gobierno establezca el régimen aplicable a esta cuestión.

b) Reconocimiento de créditos por experiencia laboral y profesional acreditada.

El RD 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, establece que: "La experiencia laboral y profesional acreditada podrá ser también reconocida en forma de créditos que computarán a efectos de la obtención de un título oficial, siempre que dicha experiencia esté relacionada con las competencias inherentes a dicho título."

En el marco del estudio de esta cuestión, se asistió a las Jornadas impulsadas por el Grupo de Expertos de Bolonia (BET), sobre "Reconocimiento de la Actividad Profesional en la enseñanza Universitaria española en el marco de la reforma del RD 1393", organizadas en la Universidad de Cantabria (14 - 15/04/2011).

c) Impulso normativo más coordinado e inclusivo.

Consciente de que queda aún por desarrollar normativamente diversas cuestiones relacionadas con la plena implantación de los nuevos títulos de grado, pero también de su complejidad, puesto que implican vertientes tanto académicas como técnicas, este Vicerrectorado ha impulsado un cauce de colaboración entre los Vicerrectorados competentes, real o potencialmente afectados (los de Enseñanzas de Grado y Posgrado, Ordenación Académica, y Relaciones Internacionales), y el Responsable de la Unidad Funcional de Centros Académicos y otros Administradores/as de Centro.

Fruto de esta colaboración es, de momento, un trabajado documento sobre traslados – "Propuesta de aspectos a incluir en la normativa para regulación del cambio de universidad y/o estudios universitarios oficiales españoles o extranjeros" –, llamado a inspirar decisivamente el futuro reglamento sobre traslados que se apruebe en la Universidad de Granada.

▪ **Difusión de los nuevos planes de estudios**

En este apartado se ha trabajado en varias líneas:

a) **Página web del Vicerrectorado de Enseñanzas de Grado y Posgrado (<http://vicengp.ugr.es>)**

El mantenimiento de esta página ha estado encaminado principalmente a proporcionar la información actualizada del proceso de elaboración y verificación de los nuevos títulos de grado, así como de las diferentes novedades y desarrollos normativos que han ido surgiendo.

b) **Página de las nuevas titulaciones (<http://grados.ugr.es>)**

El desarrollo y mantenimiento de esta página ha estado guiada por el propósito de centralizar en ella toda la información necesaria para el seguimiento de los diferentes grados que se ofertan en la Universidad de Granada.

En este sitio web se puede encontrar toda la oferta formativa que ofrece la universidad, y se convierte en el punto de partida para encontrar toda la información relativa a: titulaciones, acceso a la Universidad de Granada, información sobre la ciudad de Granada, información sobre la estructura de la Universidad, salidas profesionales, ventajitas de los títulos de la Universidad de Granada, etc.

En esta plataforma, cada titulación tiene su propia web informativa, con apartados específicos referentes a la propia titulación, información administrativa y académica, las salidas profesionales, el seguimiento y evaluación del título, enlaces para alumnos, etc.

c) **Otras actividades**

El Vicerrectorado ha participado en los siguientes seminarios y charlas de divulgación sobre la oferta de nuevos grados de la UGR:

- “Reunión de Orientación: La nueva prueba de acceso y los nuevos grados”
- “Jornadas de política universitaria sobre títulos conjuntos”, Jerez de la Frontera, 14 y 15 de marzo de 2011.
- “Reconocimiento de la Actividad Profesional en la enseñanza Universitaria española en el marco de la reforma del R.D. 1393/2007”, Santander, 14 y 15 de abril de 2011.
- “Los programas de acreditación de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, ANECA” Santander, 7 y 8 de julio de 2011.

d) Plan de comunicación

Se ha continuado (y ampliado) el plan de comunicación externo para los títulos de grado de la Universidad de Granada, puesto en marcha el curso anterior (véase apartado siguiente).

▪ Plan de comunicación de los nuevos títulos de grado

La UGR, a través del Vicerrectorado de Enseñanzas de Grado y Posgrado, lleva impulsando desde hace varios años distintas iniciativas que han tenido como objetivo la divulgación de las características y evolución propia de la implantación de los nuevos títulos. Entre ellas, el pasado curso académico se diseñó un Plan de Comunicación de los Títulos de Grado, centrado básicamente en los estudiantes de bachillerato y formación profesional, que incluyó 4 grandes acciones de comunicación:

- Diseño de una página Web o *microsite* específica dirigida a este colectivo, al objeto de comunicarnos con ellos en su mismo lenguaje y con sus mismos códigos.
- Campaña publicitaria en buscadores a través del sistema Google Adwords, con el objetivo de generar tráfico hacia el *microsite* y la página institucional de grados de la UGR.
- Creación de perfiles institucionales y grupos de usuarios en las principales redes sociales (Tuenti, Facebook, Twitter y YouTube) con el objetivo de ofrecer información personalizada a los usuarios interesados y desarrollar espacios virtuales en los que compartir información.
- Campaña de marketing directo dirigida a los centros de enseñanza secundaria, orientada a informar a estudiantes y profesores de enseñanzas secundarias sobre la oferta de títulos de grado de la UGR.

Dados los buenos resultados alcanzados por el Plan de Comunicación para los estudios de Grado en términos de presencia y notoriedad de la UGR en Internet, así como en la demanda y número de plazas cubiertas en las distintas titulaciones, desde el Vicerrectorado de Enseñanzas de Grado y Posgrado se planteó extender el Plan de Comunicación para el curso 2011/2012 a los estudios de Grado y Másteres.

Objetivos

Para este curso académico, el objetivo principal del Plan de Comunicación es informar y promover entre los públicos objetivos externos la oferta de Títulos de Grado y Master de la UGR, sus contenidos, las habilidades formativas que pretenden inculcar, las competencias profesionales que otorgarán y las salidas profesionales a las que darán lugar.

El Plan de Comunicación para los Másteres presenta una serie de condicionantes que lo hacen mucho más complejo que el diseñado para los títulos de Grado. Por esta razón, los objetivos que se pretenden alcanzar para el caso de la campaña de másteres son si cabe más ambiciosos que los planteados para las enseñanzas de Grado:

- Dar a conocer la oferta de títulos de Master de la UGR a nivel nacional e internacional, en aquellas áreas geográficas que resulten de especial interés según los intereses de los distintos másteres.
- Aumentar la notoriedad y prestigio de los títulos de Master de la UGR a nivel nacional e internacional.
- Aumentar la demanda tanto en términos cuantitativos como cualitativos de nuestros másteres universitarios, especialmente de aquellos que se imparten en inglés o son bilingües.

Acciones planteadas

Las acciones de este plan pretenden aprovechar parte del trabajo realizado hasta el momento y lograr sinergias con las acciones acometidas el curso pasado con el Plan de Comunicación de los Títulos de Grado.

Rediseño del *microsite* “estudiaengranada”

Con este objetivo claro de obtención de sinergias se ha planificado el rediseño de la página Web “estudiaengranada.es”, inicialmente pensada para la promoción de los estudios de grado, al objeto de dar cabida a la oferta de título de másteres de la UGR.

Se ha buscado mantener en todo momento la filosofía en la que se basó su diseño inicial (URL evocadora; lenguaje breve, claro y directo; enlaces directos a perfiles institucionales y al proceso de preinscripción; formularios rápidos de contacto, respuesta inmediata a las consultas realizadas...), aunque el contenido y los

ejes de comunicación que se transmiten en él son algo distintos al de Grado al tratarse de un público objetivo con mayor formación y más implicado con la Educación Superior.

No obstante, las diferencias existentes entre los estudios de Grado y Máster hicieron necesario incluir algunos cambios en el microsite:

- Inclusión de una página inicial que permitiera “filtrar” entre aquellos individuos interesados en los estudios de Grado de aquellos otros que buscan información acerca de la oferta de Master.
- Se han buscado imágenes acordes a cada público objetivo al objeto de lograr una identificación rápida visual con cada parte del *microsite*.
- Se han reorientado los ejes de comunicación de la campaña hacia razones más relacionadas con los intereses que buscan los futuros estudiantes de un master universitario.
- Se ha traducido todo el microsite al inglés al objeto de aumentar el alcance internacional del plan y se ha asociado a la URL “studyinggranada.ugr.es”.
- Al igual que para el caso de los títulos de Grado, se ha incluido un motor de búsqueda de másteres de la UGR por palabras clave y por ramas de conocimiento.

Campaña publicitaria en Internet a través del sistema de enlaces patrocinados Google Adwords

Campaña Adwords Grados

En la misma línea que se hizo el curso académico pasado, se han definido 12 campañas específicas que pueden clasificarse en 3 tipos: 1. Campaña individual de grado 2. Campaña General (Búsqueda): desarrollada en torno a los 5 ejes definidos en el microsite 3. Campaña General (Contenidos/Display): desarrollada en la red de display de Google Adsense en torno también a los 5 ejes definidos en el microsite. En total, por tanto, contamos inicialmente con 12 subcampañas y un total de 30 anuncios.

Por el momento, este conjunto de campañas se sustenta sobre una base de 2616 *keywords* generados a partir de la información disponible sobre cada grado en el espacio web estudiaengranada.ugr.es.

Campaña Adwords Másteres

Con el objetivo de aumentar la notoriedad y presencia de la Universidad de Granada en Internet y generar tráfico de calidad hacia los sitios web “estudiaengranada.ugr.es” y “studyinggranada.ugr.es” se ha diseñado una campaña publicitaria mediante el sistema Google Adwords dirigida a los potenciales interesados en la búsqueda de información sobre estudios de master.

En total, se han definido 29 sub-campañas de diferentes tipos (incluye tanto campañas individuales de máster –en español o en inglés, y definidas para un ámbito geográfico nacional o internacional según los casos, en función de determinadas preferencias preseleccionadas-, como campañas generales -en español o inglés, desarrolladas para el conjunto de los másteres de la UGR, en torno a los 5 ejes definidos en el microsite y focalizadas en diferentes ámbitos geográficos nacionales o internacionales-).

Se han diseñado un total de 37 anuncios. Este conjunto de campañas se sustenta sobre una base de 13.603 *keywords*.

Actuación en las redes sociales virtuales: Twitter, Tuenti, Facebook y YouTube.

Una línea de actuación prioritaria, iniciada por parte de la UGR el curso pasado con el lanzamiento del Plan de Comunicación de Grados es sin duda la presencia activa de la UGR en las principales redes sociales al objeto de ofrecer información personalizada a los usuarios interesados y desarrollar espacios virtuales en los que compartir dicha información con otros individuos.

Desde su puesta en marcha en el mes de mayo de 2010, el número de usuarios que se han unido a los perfiles institucionales de la UGR en las redes sociales no ha parado de crecer (9.157 seguidores en Tuenti; 5.892 seguidores en la página UGR en Facebook y 1143 amigos en el perfil; 5.504 seguidores en Twitter –datos a 15 de julio-). La verdadera ventaja estratégica de los perfiles institucionales de la UGR en las redes sociales está en haber sabido aprovechar el verdadero potencial y sentido de estos canales digitales para mantener un dialogo continuo y efectivo con nuestros públicos objetivos, básicamente estudiantes actuales y futuros, respondiendo de manera rápida y eficaz a sus consultas y dudas, lo cual sin duda está contribuyendo de manera positiva a la mejora de la imagen corporativa de la institución y de su reputación.

Respecto al año pasado, este año se ha buscado una mayor integración de las redes sociales Twitter y Facebook con el microsite “estudiaengranada.es” incluyendo herramientas de seguimiento directo de la información que aparece en los perfiles institucionales de la UGR en dichas redes sociales.

Asimismo, en los últimos meses desde el Gabinete de Comunicación de la UGR se ha impulsado el CanalUGR en YouTube incluyendo diverso material audiovisual como videos promocionales de la UGR en español e inglés, entrevistas, conferencias, etc.

Desarrollo de aplicación “EstudiaenGranada” para dispositivos móviles (Iphone, Ipad, Android)

El teléfono móvil se ha posicionado como el dispositivo más afín y de mayor uso entre el grupo de individuos de 14 a 45 años, con una penetración similar a la de la televisión, e incluso mucho mayor que la de Internet, por lo que los dispositivos móviles constituyen en la actualidad un medio ideal para realizar acciones de marketing novedosas y exclusivas.

Por esta razón, y dado que nuestro público objetivo encaja perfectamente dentro de los usuarios habituales de este tipo de dispositivos móviles, se ha apostado por el desarrollo de una aplicación para Iphone/Ipad y Android, que incluya los contenidos y filosofía del portal estudiaengranada.es. Esto sin duda constituye un canal complementario al microsite que potenciará el alcance de la campaña y contribuirá a aumentar la notoriedad e imagen de los estudios de grado y posgrado de la UGR.

Campaña de marketing directo para los títulos de grado dirigida a los centros de enseñanza secundaria

Al igual que ya se hizo el curso pasado para la campaña de los nuevos títulos de grado, y dado el buen resultado que se obtuvo, en este nuevo curso se ha vuelto a plantear una campaña de marketing directo orientada a informar directamente a estudiantes y profesores de bachillerato y formación profesional sobre la oferta de títulos de grado de la UGR.

Con ello tratamos de llamar la atención de los futuros estudiantes hacia nuestra universidad y generar tráfico hacia el microsite, al tiempo que generamos notoriedad de la UGR a través del material que proporcionamos.

Los datos sobre el seguimiento del plan de comunicación se pueden consultar en la web del Vicerrectorado de Enseñanzas de Grado y Posgrado (<http://vicengp.ugr.es>)