

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 en el RD 861/2010.

En el marco del proceso anteriormente descrito, se continúa avanzado sustancialmente en la 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 implantaron los primeros cursos de 58 nuevos grados.
- En el curso 2011-2012 se ha continuado el proceso de adaptación con la implantación de los primeros cursos de los títulos de Grado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos, Grado en Ingeniería Electrónica Industrial y Grado en Educación Social (en los campus de Ceuta y de Melilla).
- Se ha tramitado la Memoria de verificación del Grado en Criminología, informada por la Agencia Andaluza del Conocimiento y verificada positivamente por la Secretaría General de Universidades el 1 de junio de 2012.
- Se ha aprobado por Consejo de Gobierno (sesión ordinaria de 19 de marzo de 2012) la denominación, centros a los que se adscriben y áreas que deben participar en la elaboración de las memorias de verificación de los nuevos títulos de Grado en Arqueología, Biotecnología, Ingeniería de Energía y Periodismo.
- Tras recibir informe positivo a la modificación solicitada a la Agencia de Evaluación, se ha procedido a la modificación de algunos títulos (Medicina, Farmacia, Nutrición Humana y Dietética, Conservación y Restauración de Bienes Culturales,...).
- Se está trabajando en nuevas modificaciones de títulos de Grado: Antropología Social y Cultural, Arquitectura, Estadística, Estudios Franceses, Física, Geología, Ingeniería Civil, Lenguas Modernas, Medicina, Sociología, Trabajo Social, etc.
- Se ha afianzado la implantación de dobles titulaciones de Grado (Grado en Ingeniería Informática-Matemáticas, Doble Grado en Derecho-LADE; Doble Grado en Derecho-Ciencias Políticas y de la Administración, etc.).
- Se continúa trabajado en el desarrollo de los cursos de adaptación para diplomados.
- Se ha consolidado 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 (sesiones de 1 de diciembre de 2011, de 20 de diciembre de 2011 y de 24 de julio de 2012), así como los detalles y naturaleza de las mismas, pueden consultarse en <http://vicengp.ugr.es/pages/ects-actividades-universitarias/reconocimiento-de-creditos-por-actividades-universitarias>
- Un resumen (a día 1 de julio de 2012) de la situación del proceso anteriormente descrito se puede observar en la Fig. 1.

Figura 1. Proceso de homologación de los Titulos de Grado
Tabla actualizada a 1 de julio de 2012

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									
Farmacía									
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									

GRADUADO/GRADUADA EN	1	2	3	4	5	6	7	8	9
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* de las mismas a Departamentos.

Este proceso se lleva 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 la titulación de Criminología, para la cual se aprobó un procedimiento abreviado de vinculación y adscripción en sesión de Consejo de Gobierno de 10 de febrero de 2012.

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

■ Actividad relacionada con los Trabajos Fin de Grado

El Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, establece en su artículo 12 que estas enseñanzas concluirán con la elaboración y defensa de un Trabajo de Fin de Grado, de entre 6 y 30 créditos, que deberá realizarse en la fase final del plan de estudios y estar orientado a la evaluación de competencias asociadas al título. Asimismo, en el punto 8 del anexo I del citado Real Decreto se habla de un procedimiento general de la Universidad para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes, entre los que se alude a los Trabajos de Fin de Grado. Este procedimiento se ve matizado en el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, por el que se modifica el Real Decreto 1393/2007, en el sentido de que habla del progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes en términos de las competencias expresadas en el apartado 3 de la memoria de verificación del título (competencias generales y específicas que los estudiantes deben adquirir durante sus estudios, y que sean exigibles para otorgar el título).

Desarrollado el mapa de titulaciones de Grado de la Universidad de Granada y cercanos a la implantación de los últimos cursos en los que debe impartirse la materia de Trabajo Fin de Grado, desde el Vicerrectorado de Grado y Posgrado de la Universidad de Granada se está trabajando en el desarrollo de dichos Trabajos Fin de Grado, en dos direcciones:

- Se está desarrollando una normativa con objeto de regular los aspectos normativos relacionados con la implantación de dicha materia en los títulos de Grado de esta Universidad.
- Se están manteniendo reuniones con los responsables de los títulos para impulsar su desarrollo académico en el ámbito de los diferentes títulos de Grado.

▪ Difusión de los nuevos planes de estudios

En este apartado se ha continuado trabajando en las siguientes líneas:

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

El mantenimiento de esta página está encaminado principalmente a proporcionar la información actualizada del proceso de elaboración, verificación, modificación y seguimiento de los nuevos títulos de grado y master, así como de las diferentes novedades y desarrollos normativos que van surgiendo.

Página web de titulaciones (<http://grados.ugr.es> y <http://mstreres.ugr.es>)

El desarrollo y mantenimiento de esta plataforma de titulaciones está guiado por el propósito de centralizar en ella toda la información necesaria para el seguimiento de los diferentes grados y másteres 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, ventajas 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.

Esta plataforma de titulaciones ha servido para que, con fecha de octubre de 2011, la Agencia Andaluza del Conocimiento emita el primer "Informe de la Revisión de la Información Pública Disponible" sobre los diferentes títulos de grado (y másteres) de la Universidad de Granada (referido al curso 2010/2011).

Dicho informe forma parte del programa de seguimiento de los títulos universitarios en Andalucía, que entre otros aspectos requiere analizar la información pertinente y relevante para los estudiantes y la sociedad en general que, sobre cada uno de sus títulos, la universidad debe hacer pública. Dicha información pública deberá estar actualizada y ser objetiva.

Según se refleja en dicho informe, la Agencia Andaluza del Conocimiento ha realizado un doble análisis de las páginas web de los títulos facilitadas. Por un lado, se ha examinado si la información responde a las necesidades de información que debe tener la comunidad universitaria y la sociedad en general; y, por otro lado, se ha revisado la correspondencia existente entre la información disponible en la página web y la información verificada en la última memoria oficial del título (memoria de verificación o memoria con modificaciones aprobadas posteriormente). Los aspectos valorados han sido los siguientes: (a) La página web del título contiene la información pública disponible sobre el título que se considera suficiente y relevante de cara al estudiante (tanto para la elección de estudios como para seguir el proceso de enseñanza-aprendizaje). (b) Esta información está actualizada y su estructura permite un fácil acceso a la misma. (c) La información presentada coincide con la última memoria oficial del título.

En dicho informe se han valorado un total de 46 ítems referidos a 136 títulos de la UGR (71 de grado y 65 de máster)

Otras actividades

El Vicerrectorado ha participado en los siguientes seminarios y charlas de divulgación sobre diferentes aspectos relacionados con su ámbito de trabajo:

- "Reunión de Orientación: La nueva prueba de acceso y los nuevos grados"
- "Jornadas sobre Innovación Docente -Conferencia de Rectores de Universidades Españolas (CRUE) – Universidad de Barcelona (UB), Barcelona, 21 y 22 de junio de 2012.
- "Metodologías Innovativas en el Trabajo Fin de Grado" MD Ferre Cano, Barcelona, 21 de junio de 2012.

- "Presenting students' achievements: how to issue a Diploma Supplement", Groningen (Holanda), 1 y 2 de diciembre de 2011. Coimbra Group Task Force Education, Training & Mobility, in cooperation with the University of Groningen.
- "Jornadas informativas para los PIE" octubre 2011.

■ Plan de comunicación

Al igual que se viene haciendo en años anteriores, se ha continuado trabajando en el plan de comunicación externo para los títulos de grado y máster de la Universidad de Granada, puesto en marcha en cursos anteriores, según se describe a continuación.

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, hace dos cursos académicos se diseñó un Plan de Comunicación de los Títulos de Grado, que en sus inicios se centraba básicamente en los estudiantes de bachillerato y formación profesional y que posteriormente se amplió a los potenciales estudiantes de másteres, en el cual se incluían 4 grandes acciones de comunicación:

- Diseño, mantenimiento y actualización de una página Web o microsite específica dirigida a los jóvenes, 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 hacia la página institucional de grados y másteres de la UGR.
- Creación, mantenimiento y actualización 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 inicialmente 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 en cursos posteriores se planteó extender el Plan de Comunicación a los estudios de Grado y Máster.

Objetivos

Al igual que en años anteriores, 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 importancia 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 el trabajo realizado en campañas anteriores y lograr sinergias con las acciones ya acometidas en cursos pasados con el Plan de Comunicación de los Títulos de Grado/Master.

Actualización del microsite "estudiaengranada"

Con este objetivo claro de obtención de sinergias, el curso pasado se planificó 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 buscaba 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, sobre los cuales se ha seguido trabajando en este curso académico:

- Página inicial que “filtra” entre aquellos individuos interesados en los estudios de Grado de aquellos otros que buscan información acerca de la oferta de Master.
- Depurado de las imágenes acordes a cada público objetivo al objeto de lograr una identificación rápida visual con cada parte del microsite.
- Se refuerzan constantemente los ejes de comunicación de la campaña hacia razones más relacionadas con los intereses que buscan los futuros estudiantes.
- Se ha revisado la traducción del microsite al inglés y se ha reorganizado parte de la información, al objeto de aumentar el alcance internacional del plan.

En este sentido, el microsite se mantiene actualizado permanentemente. Una fuente importante de información es la aportada por los propios usuarios a través de los diferentes canales de participación con los que se cuenta.

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

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 “studyingranada.ugr.es” en años anteriores se diseñaron campañas publicitarias mediante el sistema Google Adwords dirigida a los potenciales interesados en la búsqueda de información sobre estudios de grado y master. Dados los buenos resultados obtenidos en campañas anteriores, en esta anualidad se mantenido la misma política de trabajo a través de los enlaces patrocinados en Google Adwords, que como ya se detallaba en informes previos, se desglosa como sigue

Campaña Adwords Grados

Al igual que en cursos anteriores, 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, contamos inicialmente con 12 subcampañas y un total de 30 anuncios.

Actualmente este conjunto de campañas se sustenta sobre una base de 2.909 keywords generados a partir de la información disponible sobre cada grado en el espacio web “estudiaengranada.ugr.es”.

Campaña Adwords Másteres

Se han ampliado el material de cursos anteriores y actualmente se tienen definidas 38 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 12.458 keywords.

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

Una línea de actuación prioritaria, iniciada por parte de la UGR hace dos años 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 (10.470 seguidores en Tuenti; 11.430 seguidores en la página UGR en Facebook; 23.718 seguidores en Twitter –datos a 26 de julio de 2012-).