



■ PLANES DE ESTUDIO

Elaboración/modificación de planes de estudio de títulos de grado

El proceso para la adaptación de los planes de estudio al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) tiene su origen en el RD 1393/2007, de 29 de octubre¹, 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 2008², 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 anteriormente descrito, el proceso de adaptación de los estudios previos –diplomaturas y licenciaturas– a los grados actuales está prácticamente finalizado (desde el curso 2010-2011, se han implantado un total de 63 grados).

En lo referente a esta anualidad en concreto, se ha trabajado en los siguientes aspectos:

- Se han tramitado las modificaciones de los Grados en Administración y Dirección de Empresas, Antropología Social y Cultural, Arquitectura, Bellas Artes, Biología, Bioquímica, Ciencias Ambientales, Ciencias Políticas y de la Administración, Ciencia y Tecnología de los Alimentos, Derecho, Economía, Educación Infantil, Educación Primaria, Enfermería, Estadística, Estudios Árabes e Islámicos, Estudios Franceses, Estudios Ingleses, Farmacia, Filología Clásica, Filología Hispánica, Filosofía, Finanzas y Contabilidad, Física, Fisioterapia, Geografía y Gestión del Territorio, Geología, Historia, Historia del Arte, Historia y Ciencias de la Música, Ingeniería Civil, Ingeniería Química, Ingeniería de Tecnologías de Telecomunicación, Lenguas Modernas y sus Literaturas, Literaturas Comparadas, 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, Traducción e Interpretación, y Turismo.

Estos cambios se han solicitado con alguno de los siguientes objetivos (según cada título):

- Inclusión de un Itinerario Curricular Concreto, compuesto por el Curso de Adaptación y el Título Propio.
 - Solicitar la adscripción al nivel 3 del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES).
 - Modificación para la inclusión de un grupo de docencia semipresencial.
 - Ampliar su implantación a otros Campus de la Universidad de Granada.
 - Actualizar información referente a nuevas dotaciones de infraestructura.
 - Actualizar la memoria de verificación en la aplicación de oficialización de títulos del MECyD, requisito necesario para poder optar al proceso de renovación de la acreditación de las titulaciones oficiales de grado.
- En relación con 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, se han tramitado un total de 371 solicitudes en dos periodos (ver más abajo para detalles sobre este apartado).

Un resumen de la situación del proceso anteriormente descrito se puede observar en la Figura 1 (junio de 2015).

¹ Este Real Decreto fue modificado posteriormente por los Reales Decretos 861/2010, 99/2011 y 43/2015.

² En Consejo de Gobierno de 25 de mayo de 2015 tiene lugar la aprobación de la Normativa para la creación, modificación, suspensión temporal o definitiva y gestión de títulos de Grado en la Universidad de Granada, normativa la que queda integra esta Guía para la elaboración de propuestas de planes de estudio de títulos oficiales de grado.



Figura 1. Proceso de homologación de los Títulos de Grado
Tabla actualizada a junio de 2015

GRADUADO/GRADUADA EN	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Administración y Dirección de Empresas									
Antropología Social y Cultural									
Arqueología									
Arquitectura									
Bellas Artes									
Biología									
Bioquímica									
Biotecnología									
Ciencia y Tecnología de los Alimentos									
Ciencias Ambientales									
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									
Edificación									
Educación Social									
Enfermería									
Estadística									
Estudios Árabes e Islámicos									
Estudios Franceses									
Estudios Ingleses									
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 de Tecnologías de Telecomunicación									
Ingeniería Electrónica Industrial									
Ingeniería Informática									
Ingeniería Química									
Lenguas Modernas y sus Literaturas									
Literaturas Comparadas									
Logopedia									
Educación Infantil									
Educación Primaria									
Marketing e Investigación de Mercados									



GRADUADO/GRADUADA EN	1	2	3	4	5	6	7	8	9
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 del Plan de Estudios

Proceso de vinculación y adscripción

El procedimiento de vinculación y adscripción de materias y asignaturas de los 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:

- La vinculación de las materias y asignaturas a los ámbitos del conocimiento.
- La adscripción de las mismas.

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 Consejo de Gobierno de 15 de julio de 2014, tuvo lugar la aprobación de la vinculación y adscripción para el Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Derecho en el campus de Melilla, para la Mención en Animación y Diseño en el Grado en Bellas Artes y para el Grado en Biotecnología. Actualmente está pendiente de tramitación el proceso de vinculación y adscripción para las asignaturas derivadas de la modificación del Grado en Relaciones Laborales y Recursos Humanos.

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

Reconocimiento de créditos por la participación en actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación

En relación con 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, se han realizado las siguientes acciones:

- Se han abierto dos periodos para evaluación de solicitudes (del 20 de mayo al 3 de junio y del 14 de octubre al 24 de octubre). Se han recibido un total de 371 solicitudes (167 y 204 respectivamente). El número de actividades aprobadas en el Consejo de Gobierno, así como los detalles y naturaleza de las mismas, pueden consultarse en <http://vicengp.ugr.es/pages/ectsactividades-universitarias/reconocimiento-de-creditos-por-actividades-universitarias>.
- Para facilitar la gestión administrativa de las solicitudes, en anualidades anteriores se ha venido desarrollando una aplicación informática que permite realizar la mayor parte del proceso a través de un formulario en página web. Esto facilita al solicitante la petición, a la vez que simplifica el proceso administrativo de gestión de las mismas, lo cual se hacía necesario dado el volumen de solicitudes tramitado anualmente. Esta aplicación tiene frecuentes actualizaciones para optimizar su uso, entre la que cabe destacar la adaptación, actualmente en proceso, para el tratamiento de solicitudes



según la nueva normativa para la creación, modificación, suspensión temporal o definitiva y gestión de títulos de Grado en la Universidad de Granada, aprobada en la sesión extraordinaria de Consejo de Gobierno de 25 de mayo de 2015.

Actividades relacionadas con Trabajos Fin de Grado. Desarrollo de instrumentos para su evaluación.

En cursos anteriores la Universidad de Granada desarrolló las “Directrices de la Universidad de Granada sobre el desarrollo de la materia “Trabajo de Fin de Grado” de sus títulos de grado” (aprobadas en Consejo de Gobierno de 4 de marzo de 2013). A la par, un Grupo de Trabajo formado por profesorado procedente de diferentes ramas de conocimiento, y coordinado desde el Vicerrectorado de Enseñanzas de Grado y Posgrado, estuvo trabajando en la elaboración de instrumentos de evaluación. Esta información puede consultarse en esta dirección: <http://vicengp.ugr.es/pages/trabajo-fin-de-grado/instrumentos-evaluacion>.

Durante este curso académico ha tenido lugar (Consejo de Gobierno de 30 de octubre de 2014), una modificación parcial de las Directrices de la Universidad de Granada sobre el desarrollo de la materia Trabajo Fin de Grado de sus títulos de Grado (directriz 6, párrafo 7º). El objetivo de esta modificación es regular el derecho a la revisión de los Trabajos de Fin de Grado mediante un Tribunal de Reclamaciones, compuesto por miembros distintos a los que realizaron la primera evaluación. Asimismo se establece que, siempre que haya acuerdo entre el estudiante y la Comisión Evaluadora, podrá establecerse un sistema de grabación de la defensa que, en caso de reclamación, será tenida en cuenta por el Tribunal de Reclamaciones.

Desarrollo normativo

En la sesión de Consejo de Gobierno de 17 de diciembre de 2014 se aprobó el trámite para la adecuación de los títulos de grado y máster a la aplicación informática del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Se trata de facilitar un tipo de modificación particular, por ser una modificación que no afecta a los aspectos sustanciales de la impartición de los títulos ni viene solicitada por sus Comisiones Académicas. En este trámite abreviado se autoriza al Vicerrectorado de Enseñanzas de Grado y Posgrado a que, en coordinación con el Centro responsable de cada grado, cumplimente la información requerida en la aplicación.

En la sesión de Consejo de Gobierno de 25 de mayo de 2015 se aprobó la “Normativa para la creación, modificación, suspensión temporal o definitiva y gestión de títulos de grado en la Universidad de Granada”. En dicha normativa se refunden las numerosas normativas vigentes con objeto de hacerlas más accesibles y fáciles de utilizar por los miembros de la comunidad universitaria, pero además recoge la experiencia de la implantación de los grados y de los procesos a los que se han visto sometidos para mejorar el sistema del que se ha dotado la Universidad de Granada en la adaptación de sus enseñanzas al Espacio Europeo de Educación Superior. En la citada normativa se abordan aspectos referentes a: los órganos que intervienen en la creación y gestión del título; las propuesta y aprobación de nuevos títulos, modificación o suspensión parcial o definitiva de grados; los acuerdos de compatibilización de planes de estudio para la obtención de dos títulos de grado; la gestión académica de los estudios de grado; la adaptación, reconocimiento y transferencia de créditos, etc.

Difusión de los nuevos planes de estudios

En este apartado se ha continuado trabajando en las líneas en las que se viene actuando en cursos anteriores:

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. Contiene también un apartado específico sobre Trabajos de Fin de Grado (normativa, instrumentos de evaluación) y otro para facilitar el procedimiento de modificación de títulos.

Página web de titulaciones (<http://grados.ugr.es> y <http://masteres.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 la oferta formativa que ofrece la universidad, y se convierte en el punto de entrada para acceder a 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 sirve también para que la Agencia Andaluza del Conocimiento emita el “Informe de la Revisión de la Información Pública Disponible” sobre los diferentes títulos de grado (y másteres) de la Universidad de



Granada. 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.

Plan de Comunicación de Estudios de Grado y Posgrado

La UGR, a través del Vicerrectorado de Enseñanzas de Grado y Posgrado, desde la década pasada viene impulsando distintas iniciativas que han tenido como objetivo la divulgación de las características y evolución propia de la implantación de las nuevas enseñanzas universitarias oficiales. En este marco se viene trabajando desde comienzos de 2010 con el Plan de Comunicación de los Títulos de Grado y Másteres. El objetivo principal de dicho plan de comunicación es el de informar y promover entre los públicos objetivos externos la nueva oferta de títulos de Grado y Máster de la UGR, sus contenidos, las habilidades formativas que pretenden inculcar, las competencias profesionales que otorgan y las salidas profesionales que pueden dar lugar.

El plan de comunicación se planteó en dos fases bien diferenciadas.

- 1.- Una primera fase centrada en la promoción de los títulos de Grado y dirigida básicamente a los estudiantes de bachillerato y formación profesional como futuros estudiantes universitarios. Esta primera fase comenzó en mayo de 2010.
- 2.- Una segunda fase orientada a la promoción de los Másteres Oficiales y dirigida a un público objetivo mucho más amplio tanto en edad como respecto al ámbito geográfico, que se extendió a todo el territorio nacional y a diversos países, especialmente de Latinoamérica. Esta fase comenzó en junio de 2011.

El plan incluye diversas acciones de comunicación entre las que cabe destacar:

- Un *microsite* promocional específico www.estudiaengranada.es al objeto de informar a los futuros estudiantes de grado y posgrado de la oferta académica de la UGR de manera sencilla y directa.
- Diversas campañas de publicidad en buscadores (SEM) mediante la plataforma de Google Adwords y campañas de publicidad en RRSS (SMO), concretamente en la Red Facebook.
- Campaña informativa a través de los perfiles institucionales en las Redes Sociales (Twitter, Facebook, Tuenti, LinkedIn, Instagram, Pinterest).

A continuación, se muestra un resumen de los resultados para distintas acciones de comunicación llevadas a cabo durante el periodo junio de 2014 a junio de 2015.

Portal promocional “estudiaengranada.es”

Desde su diseño y puesta en marcha en mayo de 2010, el portal estudiaengranada.es se ha convertido en todo un referente en la comunicación universitaria española, no sólo por el éxito medido en número de accesos al mismo a nivel nacional e internacional, sino por el estilo de comunicación adoptado: diseño joven y evocador, con un lenguaje breve, claro y directo.

En el periodo de referencia se han obtenido 657.872 visitas a la web, de las cuales 490.517 son de usuarios únicos. Se han visualizado un total de 811.473 páginas, con un promedio de páginas vistas por usuario de 1,23. Teniendo en cuenta que se trata de un *microsite* promocional con muy poca profundidad, la ratio media de páginas vista por usuario es bastante razonable.

Durante el presente curso académico ha habido periodos con una actividad muy elevada en el *microsite*, que se corresponden con aquellos periodos de preinscripción para el acceso a los estudios de grado y másteres. Así, por ejemplo durante las fases de preinscripción de grados y másteres en junio-agosto de 2014 hubo días en los que se superaron las 12.000 visitas al *microsite* promocional.

El 15,93% de las visitas al *microsite* en el periodo analizado (104.828) procedieron de España, mientras que el resto (553.044) lo hicieron desde fuera del territorio nacional, lo que da una muestra del alcance internacional que se obtiene por este plan de comunicación. Esto es consecuencia de que las acciones de comunicación, especialmente en los másteres, se han focalizado hacia el extranjero, especialmente Latinoamérica. Los países donde se han obtenido más visitas al *microsite* han sido por este orden: Colombia (17,34%), Venezuela (16,97%), Ecuador (11,38%), Perú (9,65%) y México (4,19%).

De las distintas páginas que conforman el contenido del *microsite*, las páginas más vistas se corresponden con las que se refieren a la consulta del catálogo de titulaciones de posgrado de la UGR (Estudia en Granada - Posgrados) con 296.794 páginas vistas, a la información sobre alojamientos en posgrados con 150.805 páginas vistas y en tercer lugar la página que hace referencia a la apuesta de la UGR por una investigación de calidad en posgrados (64.730 páginas vistas). Este resultado está en la línea de los objetivos marcados desde el comienzo del plan de comunicación, donde se focalizaban las ventajas de estudiar en la UGR, entre las que está su potencial investigador.



Por otro lado, el *microsite* incluye una serie de microfichas con información específica para cada uno de los títulos de grado y posgrado que oferta la UGR en el curso 2014/2015 (centro en el que se impartirá, total de cursos y créditos, perfil general exigido para su desarrollo y salidas profesionales), las cuales tienen una gran aceptación si se considera el número de visitas que recibe cada una de ellas.

Es de destacar la importancia de las redes sociales como fuente de visitas al *microsite*, en el sentido de que generan un volumen de accesos considerables. Concretamente en el curso 2014/2015 han sido 12.793 visitas al *microsite* las conseguidas a través de las redes sociales Twitter (8.888) y Facebook (3.905).

Campañas publicitarias en buscadores

Con el objetivo de aumentar la notoriedad y presencia de la Universidad de Granada en Internet y generar tráfico de calidad hacia el portal promocional estudiaengranada.es se vienen realizando diversas campañas de marketing en buscadores (SEM) mediante el sistema Google Adwords dirigida a los potenciales interesados en la búsqueda de información sobre estudios de grado y master.

En el caso de los grados, durante el curso 2014/2015 se han definido 12 campañas publicitarias, desagregadas de la siguiente manera: (1) una campaña general para los grados de la UGR en la red de búsqueda de Google, (2) una campaña general para los grados en la red de contenidos/display de Google, (3) diez campañas específicas para grados. Todas estas campañas incluyen un total de 30 anuncios diferentes, que se sustentan sobre una base de más de 3.000 keywords generadas a partir de la información disponible sobre cada grado en el espacio web “estudiaengranada.ugr.es”.

Para los másteres oficiales se definieron 34 campañas publicitarias para un ámbito geográfico nacional o internacional desagregadas de la siguiente forma: (1) cinco campañas generales en español en la red de búsqueda de Google, (2) una campaña general en inglés en la red de búsqueda de Google, (3) 28 campañas específicas en español e inglés para másteres. Este conjunto de campañas se sustenta sobre una base de más de 10.000 keywords.

Los resultados globales de estas campañas pueden catalogarse de favorables en términos de cumplimiento de los objetivos previamente comentados. Se ha conseguido 650.111 clics a los anuncios de la campaña que han generado 371.891 visitas de página.

Campaña de publicidad a través de la Red Social Facebook

En el curso 2013-2014 se puso en marcha como complemento a la campaña publicitaria en Google Adwords una campaña publicitaria para másteres en la red social Facebook mediante anuncios segmentados que buscaban un doble objetivo: (1) dar a conocer la oferta de másteres de la UGR a nivel nacional e internacional y (2) generar tráfico al portal Estudiaengranada, dado que los anuncios apuntaban al mismo. Dado el éxito de la misma, en el curso 2014-2015 se ha vuelto a activar.

La campaña ha consistido en tres anuncios, uno en inglés dirigido a los países europeos, otro en español dirigido a los países latinoamericanos y un tercero dirigido a España.

Los resultados alcanzados este curso académico han sido también muy positivos. Los anuncios se mostraron un total de 278.938.546 veces en la red social Facebook (impresiones), generaron un total de 546.169 clics y fueron vistos por un total de 17.243.294 personas (alcance total), todo ello dio lugar a un porcentaje de clics por impresión (CTR) de 0,19%.

Campaña informativa a través de los perfiles institucionales en las Redes Sociales

Desde la presentación del plan de comunicación en 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 e interactuar. A continuación, se presentan algunos de los datos más relevantes de cada una de las redes sociales.

▪ Tuenti

A pesar de la buena posición del perfil de la UGR en esta red social, desde mayo pasado esta red ha dejado de ofrecer el servicio de páginas para empresas, marcas, instituciones y particulares.

▪ Facebook

La página institucional de la UGR en Facebook contaba a finales de mayo de 2015 con 50.480 seguidores, ocupando el cuarto lugar entre las universidades españolas y el primer lugar entre las universidades andaluzas. Una característica específica de esta red social es su crecimiento continuo, aumentando el número de “fans” en el último año en más de 24.000 usuarios.

▪ Twitter

El canal de la UGR en Twitter (@CanalUGR) sigue ocupando una posición de liderazgo dentro de la universidad española. A finales de mayo de 2015, @CanalUGR tenía 85.0605 seguidores, siendo la primera universidad en número



de seguidores a nivel nacional. Otro dato interesante del canal UGR en Twitter es que presenta una ratio de seguidores/seguídos casi del 100%, lo que significa que está utilizando este canal de comunicación no sólo para informar sobre la oferta de títulos y actividades de la UGR, sino que está abierta al diálogo y a interactuar en todo momento con sus seguidores. Por otro lado hay que añadir que @CanalUGR es uno de los perfiles universitarios que menos seguidores inactivos tiene a nivel nacional.

- **Linkedin**

La Universidad mantiene dos perfiles en LinkedIn: uno en inglés (“University of Granada”) con 9.979 seguidores, y otro en español (“Universidad de Granada”) que cuenta con 76.991 seguidores. En esta red se publican principalmente noticias de interés para titulados, como por ejemplo información sobre másteres, cursos de formación complementaria, charlas, congresos...

- **Pinterest**

La Universidad ha potenciado su perfil en esta red social basada en imágenes. El objetivo es crear “tableros” para cada Grado/Máster en los que mostrar diferentes actividades que se llevan a cabo en relación los diferentes estudios, mostrar recursos, instalaciones (aulas, laboratorios, bibliotecas...) etc, haciendo la información más visual y atractiva para los (futuros) estudiantes.