



4 Acceso y admisión de estudiantes.

4.1 Sistemas de:

a Acciones de difusión

La Universidad de Valladolid se ocupa de los potenciales estudiantes que pueden acceder a sus aulas por los medios establecidos, ya sean estudiantes de secundaria, de formación profesional de grado superior, mayores de 25 años, etc. Para ello lleva a cabo acciones de difusión e información de la oferta formativa previa a la matrícula en dos vertientes estratégicas:

- a) Difusión e información institucional de carácter general.
- b) Difusión e información propia de los distintos centros que forman parte de la Universidad de Valladolid.

La difusión e información previa a la matrícula, con carácter institucional, tiene como objetivo acercar la Universidad al futuro estudiante. Se le facilita información básica de la institución y de su oferta formativa. Se le informa, además, de las condiciones específicas de acceso a cada titulación y de los procedimientos de matriculación. Por otra parte, a través de diversas acciones, se diseñan materiales, mecanismos y métodos de información que faciliten esta tarea a los miembros de la comunidad universitaria que asuman responsabilidades en este aspecto.

Entre estas acciones hay que destacar:

I. PRESENTACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID y de su oferta formativa a través de:

- Sesiones informativas en las provincias y localidades próximas sobre los estudios existentes, los perfiles académicos y profesionales vinculados, las competencias más significativas, los programas de movilidad y de prácticas y las salidas profesionales. Estas sesiones las realiza personal técnico especializado de la Universidad junto con profesorado de sus centros.
- Jornadas de presentación en la propia Universidad de Valladolid a directores y responsables de servicios de orientación de centros de educación secundaria y formación profesional.
- Jornadas de puertas abiertas para fomentar la participación de futuros alumnos, padres, formadores y gestores de centros de formación.

II. EDICIÓN Y DIFUSIÓN DE MATERIAL INFORMATIVO EN DISTINTOS FORMATOS (papel, Web, digital,...) de la oferta formativa y de los servicios de la Universidad como, por ejemplo:

- **Guías de la oferta formativa UVa**
La Universidad edita guías de los distintos centros para informar sobre las vías y notas de acceso, planes de estudio, programas de prácticas y de movilidad,
- **La guía de matrícula**



Esta guía recoge información sobre cada titulación en términos de organización curricular, requisitos y protocolos de matriculación, exigencias y compatibilidades, etc.

▪ **Un vistazo a la UVa**

Es un folleto informativo sobre los datos más representativos de la Universidad: titulaciones y número de estudiantes, titulados, prácticas, etc. Incluye una descripción de los centros, de los servicios, de la logística más representativa y de los grupos e institutos de investigación, de sus resultados, de los departamentos, etc.

▪ **La UVa en cifras**

Es una publicación anual que ofrece un riguroso tratamiento estadístico general de los aspectos más relevantes en el ámbito de la Universidad.

▪ **El 'centro' en cifras**

Proporciona información específica de cada centro en términos estadísticos. Facilita el conocimiento detallado de sus características.

▪ **Información institucional en formato digital**

Proporciona la información descrita en los apartados anteriores a través de los diferentes canales (páginas Web, DVD, USB...).

III. PRESENCIA CON STAND PROPIO EN LAS FERIAS DE FORMACIÓN MÁS REPRESENTATIVAS, como **Aula**, de nivel nacional, **Labora**, de ámbito autonómico, y otras ferias internacionales donde nuestra Universidad desempeña un papel relevante por sus acciones de difusión del español como lengua extranjera.

IV. Información presencial a través del **Centro de Orientación e Información al Estudiante**, el **Servicio de Alumnos** y Gestión Académica y las **Secretarías de los Centros**, donde se atienden las dudas de los futuros alumnos y se distribuyen los productos de información descritos anteriormente.

V. Información directa y **online**, a través de los teléfonos de información de la Universidad, los correos electrónicos de consulta y los mecanismos Web de petición de información. Estas consultas son atendidas por los servicios descritos en el punto anterior y facilitan la atención directa.

Por otra parte, la UVa apoya que **cada centro**, ya sea con los medios institucionales antes mencionados o a través de su propia iniciativa, realice acciones de difusión e información previas a la matrícula con el objetivo de aprovechar sus conocimientos, contactos y medios propios para facilitar un acercamiento más profundo a su propia oferta formativa y sus servicios.

En cualquier caso, se establecen mecanismos de coordinación de dichas acciones entre los servicios y agentes centrales de la Universidad y los propios de los centros con el objetivo de conocer, coordinar y potenciar los esfuerzos de información y difusión. Para ello se utiliza un sistema Web en el que los centros incluyen las acciones que tienen planificadas, así como los medios y productos de difusión de desarrollo propio.



La tipología de acciones que el centro puede desarrollar con el objeto de mejorar la difusión e información previa a la matriculación se apoya en aquellas diseñadas institucionalmente, sin repetir las. En cualquier caso, los centros pueden diseñar aquellas que consideren oportunas, apostando por un grado de innovación más adecuado. Aquellas acciones que sean consideradas de interés institucional podrán ser extrapoladas a toda la Universidad y pasar a formar parte de la mecánica de difusión e información institucionales.

Estos mecanismos de difusión e información previa a la matrícula se estructuran a través de los vicerrectorados responsables en materia de alumnos, ordenación académica, relaciones institucionales, planificación y calidad, y se desarrollan a través de los siguientes servicios:

- Servicio de Alumnos y Gestión Académica.
- Centro de Orientación e Información al Estudiante.
- Gabinete de Estudios y Evaluación.
- Responsables de imagen corporativa, comunicación y prensa.
- Los recursos propios de los centros.

No hay que olvidar en este punto a los potenciales alumnos de la Universidad de Valladolid que acceden bien por el sistema de acceso para **mayores de 25 años, mayores de 45 años, acreditación de experiencia laboral o profesional de los mayores de 40 años**, bien desde **centros de formación profesional**, ni tampoco a los que participan en las actividades dirigidas a «mayores», como son la **Universidad Permanente Millán Santos** y el **Programa Interuniversitario de la Experiencia de Castilla y León**. Para atender esta demanda, se establece una serie de medidas dirigidas específicamente a estos futuros alumnos con los medios antes mencionados adaptados a la especificidad de los destinatarios.

Por otra parte, también se hace especial hincapié en organizaciones, empresas, administraciones y asociaciones que forman parte de los agentes de interés de la UVa y que, por tanto, deben ser objeto de la difusión e información sobre la oferta formativa, servicios y actividad investigadora. Se facilita de esta forma un mayor conocimiento de la institución desde las propias bases del entorno social en el que se encuentra enmarcada.

Se incluye en este apartado un proceso que la Universidad de Valladolid realiza con el objeto de anticiparse a la demanda de nuestra oferta formativa, evaluar su validez y apoyar la orientación que se realiza para una mejor elección de un programa o titulación en concreto. De este modo, realizamos de forma periódica dos procesos paralelos:

- **La antena de grado de la UVa**, mecanismo encargado de cubrir dos aspectos fundamentales:
 - a) Detección de la demanda de la oferta formativa por parte de estudiantes de secundaria. Para ello, en colaboración con los centros de educación secundaria y formación profesional de grado superior, se realiza un sondeo sobre su interés formativo y profesional, conocimiento de la oferta formativa universitaria y prioridad de elección tanto de nuestra universidad como de los programas y áreas existentes.



b) Evaluación, a través de mesas de trabajo sectoriales compuestas por expertos, de las competencias y perfiles profesionales de cada una de las titulaciones.

- **El programa de apoyo UVa a la elección de titulación**, desarrollado principalmente en centros de educación secundaria. Se proporciona información de los estudios existentes, perfiles académicos y profesionales vinculados, competencias más significativas, programas de movilidad y de prácticas y salidas profesionales.

Todas las acciones previstas están enmarcadas en la estrategia general de la Universidad de Valladolid en materia de información, apoyo y orientación.

Esta estrategia plantea, entre otras, las acciones descritas en este punto a través del siguiente calendario de desarrollo. Para aquellas acciones concretas de información y orientación a la matrícula, se sigue el calendario habitual.

¿Quién?	Formación previa	Formación Universitaria					Mercado Laboral
		Grado			Master	Doctora.	
		1º	2º 3º	4º			
1) Información y comunicación							
Guía oferta UVa	Ser. Alumnos	Mayo, previo matrícula					
Guía de matrícula	Ser. Alumnos	Mayo					
La UVa en cifras	Gab. Est. Eva.	Febrero					
Un vistazo a la UVa	Gab. Est. Eva.	Febrero					
"Tilt" "Centro" en cifras	Gab. Est. Eva.	Febrero					
La UVa al día	Comunicación	Periódico.					
2) Captación, acogida y adecuación.							
Antena de grado	Gab. Est. Eva.	Febrero					
Jorna. presentación UVa	Vic. Alumnos	Octubre					
Jorna. puertas abiertas	Vic. Alumnos	Enero - Abril					
Programa apoyo elección	V.Alu. Centros	Enero - Abril					
Conoce la UVa	Vic. Alumnos	Enero - Abril					
Comprobación de nivel	Centros						
Cursos O	Centros						
3) Tutoría, orientación y apoyo							
Tutores Coordinadores	V.Alu. Centros						
AVaUVa	V.Alu. Centros						
Tutores académicos	V.Alu. Centros						
Tutores laborales	V.Alu. Centros						
Servicios de apoyo	Servicios						
Foros de empleo	Coie / Funge.						
Orientación profesional	Coie / Funge.						
Servicios apoyo inserción	Coie / Funge.						
4) Evaluación, seguimiento y análisis.							
Evaluación académica	Centros						
Observatorio de empleo	Gab. Est. Eva.						
Seguimiento abandonos	Gab. Est. Eva.						
Evaluación de acciones	Gab. Est. Eva.						

El equipo de Coordinación de la actual Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas, futuro Grado del mismo nombre, realiza una concienzuda labor de coordinación con los medios de comunicación locales y regionales y con las instituciones, especialmente con aquellas Áreas relacionadas con la divulgación educativa y cultural. Profesoras y profesores de la licenciatura han participado activamente en tareas de divulgación de estos estudios, organizadas por la Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Comunicación del Campus de Segovia, y destinadas al alumnado y profesorado de Institutos de Enseñanza Secundaria y Bachillerato.



Asimismo se han establecido acuerdos con diferentes instituciones de la provincia y de la Comunidad Autónoma y en estos momentos el Área ha promovido convenios entre la UVA e instituciones como el Ayuntamiento de Segovia, el Círculo de las Artes y de la Tecnología (CAT) de esta misma ciudad, Segovia Capital Cultural Europea 2016, Teatro Juan Bravo, etc. A través del Máster en Comunicación con Fines Sociales. Estrategias y Campañas, (experiencia de posgrado iniciada en el Curso Académico 2008-2009), se han establecido acuerdos con una veintena de empresas y asociaciones públicas y privadas, tanto de Castilla y León como del resto del Estado. Esos convenios dan visibilidad a la Titulación de Publicidad y Relaciones Públicas y sirven como un privilegiado escaparate de la labor que la UVA realiza en el contexto de estos estudios.

Hay que destacar el apoyo y estímulo que el Área presta a todas a todas las iniciativas promovidas por el alumnado. La licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas cuenta con una larga tradición en la organización de actividades complementarias coordinadas con los estudios de Grado. En este sentido ha sido pionera en llevar a la práctica actividades que responden plenamente al espíritu del EEES, con la organización de Jornadas de Creatividad para los alumnos de los últimos cursos, y el establecimiento de vínculos estrechos con la organización de actividades que ponen a los alumnos en contacto con el mundo profesional a través de iniciativas como: el Festival de Cine Europeo, MUCES, las jornadas de la Asociación de la prensa de Segovia, o el Festival Internacional de Títeres, Titirimundi. Todos estos actos han servido de Escaparate de la actividad de nuestra Titulación en la Ciudad y en la Comunidad Autónoma.

Un capítulo especial merecen las actividades organizadas por el alumnado de esta licenciatura. Siguiendo el espíritu del EEES de implicación de los estudiantes en actividades de interés social, educativo y cultural, todos los años, los alumnos de la promoción saliente organizan, antes del final del curso, una Semana de la Publicidad que culmina con La Noche de la Publicidad. En la Edición de 2008-2009 esta Semana se ha transformado en el Festival Publicatesen que ha reunido en Segovia a personalidades destacadas del mundo de la comunicación publicitaria y ha culminado como en otros años en un Acto Académico en el que alumnos y profesores han compartido su tiempo para asistir a la muestra de los trabajos que el alumnado de la IV Promoción ha realizado a lo largo del que habrá sido para muchos su último curso académico, vinculado con la UVA.

a. 1. Perfil de ingreso específico para la titulación

La Titulación está abierta a cualquier alumno que cumpla con los requisitos previos establecidos por el MEC. No importa el itinerario anterior (Científico-tecnológico, Artes, o Ciencias Sociales-Humanidades) realizado por una alumna o un alumno que crea poder ver cumplida una vocación ya definida o que quiera descubrir en estos estudios una vocación potencial y aún no desvelada.

Esta Titulación pretende abrir a su alumnado un gran abanico de posibilidades creativas, para el ejercicio del pensamiento crítico y el ejercicio aplicado de una comunicación innovadora. Para ello el Plan de Estudios cuida todos los campos específicos de la Publicidad y de las Relaciones Públicas desde un contexto cambiante y en permanente transformación. Partimos en todo momento del nuevo contexto que promueven las tecnologías digitales y consideramos fundamental dar una orientación humanista, reforzando los aspectos éticos y deontológicos a las materias y asignaturas programadas, promoviendo la accesibilidad universal a los contenidos conceptuales, actitudinales y procedimentales propuestos. Partimos del reconocimiento del papel principal de un alumno que deberá ser protagonista a la hora de construir su propio aprendizaje. A título orientativo citamos una serie de requisitos previos que alumno debería tener en cuenta en este proyecto innovador de Titulación:

- Interés en el mundo de la Publicidad y de las Relaciones Públicas e inquietud por comprender el nuevo papel de la Comunicación en el Siglo XXI.



- Capacidad de análisis.
- Creatividad y capacidad innovadora.
- Capacidad para la expresión plástica y/o gráfica.
- Facilidad para el manejo de instrumentos técnicos audiovisuales y multimedia.
- Capacidad para el trabajo en equipo.
- Buen talante y apertura de miras para ejercer un juicio constructivo, tanto en la faceta autocrítica como con respecto al trabajo de los demás.
- Constancia en el trabajo y ganas de aprender.
- Interés en participar en las propuestas académicas.
- Interés en proponer nuevas iniciativas relacionadas con los contenidos estudiados (capacidad de iniciativa).

c Procedimientos de acogida y orientación de los estudiantes de nuevo ingreso.

La Universidad de Valladolid considera, dentro de sus estrategias para dar a conocer la institución y orientar a sus estudiantes, que el momento inicial de su relación con ellos es uno de los más críticos. Así, dando la continuidad lógica y coherente a las tareas realizadas de información previas a la matrícula se establecen ahora nuevos mecanismos de orientación y apoyo a lo largo del desarrollo de los programas formativos para los que ya son estudiantes de pleno derecho. En concreto:

- Realización de acciones de divulgación y orientación de carácter grupal, generales o de centro por medio del programa "**Conoce la UVa**".
- Acciones de **diagnóstico de conocimientos básicos** sobre la titulación y el correspondiente programa formativo.
- Acciones de fortalecimiento de conocimientos básicos considerados como prerrequisitos por parte de ciertos programas formativos mediante la impartición de "**Cursos Cero**".
- Sistemas de **mentoría** protagonizados por alumnos de cursos superiores a través del programa de "**Apoyo Voluntario entre Alumnos UVa: AVaUVa**".
- Sistemas de **orientación y tutoría individual** de carácter inicial, integrados en los procesos de orientación y tutoría generales de la Universidad de Valladolid, y que comienzan a desarrollarse mediante la asignación a cada estudiante de un tutor de titulación que será responsable de orientar al estudiante de forma directa, o bien apoyándose en los programas mentor, en el marco del programa formativo elegido por éste. Para ello, realizará una evaluación diagnóstica de intereses y objetivos del alumno, elaborará o sugerirá planes de acciones formativas complementarias, ayudará a planificar programas de hitos o logros a conseguir, fijará reuniones de orientación y seguimiento con el fin de orientar y evaluar los progresos del alumno a lo largo de la titulación.

Siguiendo estas recomendaciones, la plantilla de profesorado de Publicidad y Relaciones Públicas ha desarrollado un Curso de Orientación y Bienvenida que ha tenido una excelente acogida de los alumnos de primer curso recién llegados a estos estudios, y que se adaptará y actualizará al futuro grado. En el punto 4.3., se amplía la información sobre esta iniciativa, ya que se realiza con los estudiantes ya matriculados.