

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1. Descripción del plan de estudios

El Plan de Estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la URJC organiza las enseñanzas en cuatro cursos académicos. Los estudiantes deben obtener 240 créditos ECTS distribuidos entre los distintos tipos de *materias* que lo integran. Por *materia* entendemos cada uno de los diferentes *elementos formativos* incluidos en el Plan de Estudios. Estos *elementos formativos* son de cuatro tipos: *asignaturas* (que a su vez pueden tener la consideración de asignaturas de Formación Básica, Obligatorias u Optativas), *prácticas externas*, *trabajo de fin de Grado* y *actividades académicas* con reconocimiento de créditos por parte de la universidad.

El Plan de Estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas incluye las siguientes materias: 34 asignaturas semestrales de 6 créditos cada una (204 créditos); unas prácticas externas de 24 créditos; un trabajo de fin de Grado de 6 créditos; y actividades académicas por las que la universidad reconocerá 6 créditos. La tabla 1 recoge la distribución de todas estas materias en los cuatro cursos programados.

Tabla 1. Plan de Estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

CURSO 1º			
SEMESTRE	ASIGNATURA	CARACTER	CREDITOS
1	HISTORIA DEL MUNDO ACTUAL	FBR	6
1	LENGUAJE EN LA PUBLICIDAD Y LA EMPRESA	FBC	6
1	TEORIAS DE LA COMUNICACION	FBR	6
1	MARKETING	OB	6
1	PRINCIPIOS DE ECONOMIA	FBR	6
2	FUNDAMENTOS DE LAS RELACIONES PUBLICAS	OB	6
2	ESTRUCTURA SOCIAL CONTEMPORANEA	FBR	6
2	FUNDAMENTOS DE LA PUBLICIDAD	OB	6
2	NUEVAS TECNOLOGIAS Y SOCIEDAD DE LA INFORMACION	FBC	6
2	TEORIA DE LA INFORMACION	OB	6

CURSO 2º			
SEMESTRE	ASIGNATURA	CARACTER	CREDITOS
1	PLANIFICACION ESTRATEGICA PUBLICITARIA	OB	6
1	DOCUMENTACION INFORMATIVA	OB	6
1	SOCIOLOGIA DEL CONSUMO	OB	6
1	PRINCIPIOS JURIDICOS BASICOS: DEONTOLOGIA PROFESIONAL E IGUALDAD	FBC	6
1	ORGANIZACION Y ADMINISTRACION DE EMPRESAS	FBR	6



2	ESTRATEGIAS CREATIVAS EN PUBLICIDAD	OB	6
2	LENGUAJE Y TECNOLOGIAS AUDIOVISUALES	OB	6
2	DIRECCION DE COMUNICACION	OB	6
2	DERECHO DE LA COMUNICACION	FBR	6
ANUAL	IDIOMA MODERNO	FBC	6

CURSO 3º			
SEMESTRE	ASIGNATURA	CARACTER	CREDITOS
1	CREATIVIDAD EN LA ELABORACION DEL MENSAJE PUBLICITARIO	OB	6
1	DISEÑO GRAFICO Y DIRECCION DE ARTE	OB	6
1	ESTRUCTURA DEL SISTEMA DE MEDIOS	OB	6
1	PLANIFICACION ESTRATEGICA DE LAS RELACIONES PUBLICAS	OB	6
1	TECNICAS Y RECURSOS DE RELACIONES PUBLICAS	OB	6
2	INVESTIGACION DE AUDIENCIAS Y PLANIFICACION DE MEDIOS	OB	6
2	COMUNICACION MULTIMEDIA	OB	6
2	EMPRESA PUBLICITARIA Y GESTION DE CUENTAS	OB	6
2	GESTION DE LA COMUNICACION	OB	6
2	PROCESOS PERIODISTICOS Y RELACIONES CON LOS MEDIOS	OB	6

CURSO 4º			
SEMESTRE	ASIGNATURA	CARACTER	CREDITOS
1	RECONOCIMIENTO ACADEMICO DE CREDITOS	RAC	6
1	METODOS DE INVESTIGACION EN COMUNICACION	OB	6
1	OPTATIVA 1	OP	6
1	OPTATIVA 2	OP	6
1	OPTATIVA 3	OP	6
ANUAL	PRACTICAS EXTERNAS	PE	24
ANUAL	TRABAJO FIN DE GRADO	TFG	6

Mecanismos con que se cuenta para controlar la identidad de los estudiantes en los procesos de evaluación.

Los alumnos de la Universidad Rey Juan Carlos disponen de un usuario y una contraseña personal con la que accede a todas las aplicaciones de la universidad, entre las que se encuentra Campus Virtual. A esta plataforma se accede mediante dicho usuario y contraseña personales LDAP.

Las titulaciones On Line ofertadas por la Universidad Rey Juan Carlos están orientadas a realizar evaluación continua, por lo que todo proceso que realice el



alumno dentro y fuera del Campus Virtual puede ser motivo de evaluación por parte del profesor.

Dentro de Campus Virtual el alumno se encuentra identificado por su usuario y su contraseña. Las herramientas asociadas a la evaluación son las siguientes:

- Trabajos individuales y /o en grupo: Los alumnos tienen la posibilidad de entregar ejercicios y actividades de manera individual y/o por grupo. En esta última, los alumnos pueden establecer comunicación a través del foro vinculado.
- Autoevaluación: Las actividades de autoevaluación se caracterizan por ser ejercicios no evaluables. El alumno tiene la posibilidad de evaluar sus conocimientos de cara a una mejor preparación de la asignatura.
- Exámenes: La herramienta de exámenes permite realizar ejercicios a los alumnos de forma evaluable o no. Los tipos de preguntas para este tipo de ejercicios pueden ser:
 - Preguntas de opción múltiple: Son preguntas que ofrecen una o varias respuestas
 - Preguntas cortas: Son preguntas que requieren una respuesta corta por el alumno
 - Preguntas de relación: Son preguntas que requieren relacionar conceptos
 - Preguntas de desarrollo: Son preguntas subjetivas que requieren desarrollar un determinado concepto
 - Preguntas calculadas: Son preguntas que requieren la realización de alguna fórmula matemática.

Fuera del Campus Virtual el alumno puede realizar trabajos o actividades complementarias a su formación en la plataforma, y puede cargarlo en su perfil de alumno en Campus Virtual. El profesor dispone de software específico anticopia con los que puede comprobar si el alumno ha basado su trabajo en material localizable en Internet. Además, el Campus Virtual se encuentra en proceso de contratación del sistema anticopia "Turnitin", a través del cual se crea una base de datos de documentos de todos los alumnos (On Line y presenciales) con el que el profesor puede comprobar el grado de plagio entre trabajos o actividades realizados por otros compañeros o alumnos de otros cursos/años académicos, o incluso de otras titulaciones.

Además, para la modalidad On Line, el sistema de evaluación puede ser complementado en parte o en su totalidad mediante pruebas de evaluación presenciales. Existe la posibilidad de realizar la prueba por medio del sistema de videoconferencia "Adobe Connect", cuyas herramientas permiten comprobar la identidad del alumno (voz, cámara, LDAP... etc).

1.1.1. Estructura de las enseñanzas. Explicación general de la planificación del plan de estudios.

En las tablas 2 y 3 recogemos la distribución de los 240 créditos del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en función de dos criterios. De un lado (tabla 2), el *tipo de materia* al que están adscritos esos créditos, distinguiendo entre asignaturas de formación básica, asignaturas obligatorias, asignaturas optativas, prácticas externas, trabajo de fin de Grado y reconocimiento de actividades; y, de otro (tabla 3), la distribución de los créditos correspondientes a cada tipo de materia en los cuatro cursos en que se organizan las enseñanzas.



Tabla 1.1: Resumen de las materias que constituyen la propuesta en un título de graduado y su distribución en créditos

Curso	Créditos materias básicas	Créditos materias obligatorias	Créditos materias optativas	Créditos prácticas externas	Trabajo fin de grado
1	36	24	0	0	0
2	24	36	0	0	0
3	0	60	0	0	0
4	0	12	18	24	6
Totales	60	132	18	24	6
Total	240				

- **Distribución del plan de estudios en créditos ECTS, por tipo de materia para los títulos de grado.**

TIPO DE MATERIA	CRÉDITOS
Formación básica	60
Obligatorias	132
Optativas	18
Prácticas externas	24
Trabajo fin de Grado	6
CRÉDITOS TOTALES	240

Tabla 1.2. Resumen de las materias y distribución en créditos ECTS

Los datos resumidos en las tablas 2 y 3 indican algunas de las características básicas de la estructura formal del Plan de Estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas:

1. Las *asignaturas*, entendidas como unidades de contenido académico estrictamente formalizado, concentran el 85% (204 créditos) de los 240 créditos del Plan de Estudios. La mayor parte de esos créditos corresponde a *asignaturas de formación básica y asignaturas obligatorias*, que reúnen el 77'5% (186) de los créditos totales del plan. A este tipo de asignaturas de formación básica y obligatorias se confía la consecución de buena parte de las competencias generales y específicas que forman parte de los objetivos formativos del Grado.
2. Dentro de las posibilidades amplias que ofrece el artículo 12 del RD 1393/2007, de 29 de octubre, para la gestión de la optatividad en los planes de estudio, se ha optado por una solución que aunara dos objetivos: primero, garantizar el derecho de los estudiantes a orientar autónomamente parte de su formación escogiendo de entre una oferta de asignaturas optativas aquellas que más se ajusten a sus intereses; y, segundo, no obviar que la función de *especialización*



que ha tenido encomendada hasta ahora la optatividad en los planes de estudio deberá ser asumida en adelante, y en el marco del proceso general de reforma de las enseñanzas universitarias, por la formación de posgrado. De ahí que el Plan de Estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas incluya para el estudiante 18 créditos por asignaturas optativas (el 7'5% de los 240 totales, correspondientes a 3 asignaturas) que habrá de escoger de entre una oferta de 9 asignaturas. Los estudiantes de la modalidad presencial también tendrán la opción de escoger las asignaturas optativas que se ofrezcan en la modalidad semipresencial.

Estas 9 asignaturas ofertadas se agrupan en tres *bloques* con orientaciones formativas diferenciadas ("Publicidad", "Relaciones Públicas" y "Comunicación y sociedad"), de manera que el estudiante deba escoger una asignatura de entre las incluidas en cada uno de esos bloques. Estos *bloques* no están concebidos, pues, como *itinerarios de optatividad* que permitan al estudiante una especialización amplia en un ámbito determinado, sino como áreas de interés en las que los estudiantes realizan una especie de *cata* en su primer periodo formativo (el Grado), para profundizar en ellos, si así lo deciden, en el periodo formativo de posgrado. La oferta de posgrado del centro responsable del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas tendrá en cuenta, en consecuencia, las líneas de formación abiertas por la optatividad ofertada en el Grado.

3. Dentro de las posibilidades que ofrece el artículo 12.6 del RD 1393/2007, de 29 de octubre, sobre las Prácticas Externas, se ha decidido potenciar extraordinariamente esta materia, a la que se asignan 24 créditos. Si, como decíamos antes, a las asignaturas de formación básica y obligatorias se confía la formación teórico-práctica del estudiante en las competencias fundamentales que tiene por objetivo el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, las Prácticas Externas son el espacio formativo encargado de que tales competencias se ejerzan y contrasten en el ámbito profesional y empresarial, bajo tutela académica. La posibilidad de que tales ejercicio y contraste puedan realizarse de manera pausada y sostenida requiere dotar a las Prácticas Externas de un número de créditos que asegure una permanencia y contacto prolongados del estudiante en las empresas que trabajan en los ámbitos de la publicidad y las relaciones públicas.

Por otro lado, el RD 1393/2007 que regula las enseñanzas de Grado sostiene la necesidad de adecuar la enseñanza universitaria a las necesidades sociales. En este sentido, los resultados de las reuniones que el centro ha mantenido en el periodo de elaboración de este Plan de Estudios con representantes del sector de la publicidad y las relaciones públicas¹ indican la conveniencia de facilitar a los futuros graduados en Publicidad y Relaciones Públicas un acercamiento lo más amplio posible al mundo profesional previo a su ingreso efectivo en el mismo. Esta es otra de las razones por las que la Universidad Rey Juan Carlos considera imprescindible no sólo mantener, sino aumentar los créditos asignados a las Prácticas Externas con respecto al plan de estudios vigente.

Por otro lado, se solicita la modificación de la evaluación del Trabajo Fin de Grado con el objetivo de incorporar a la nota final el proceso de tutorización llevado a cabo por el profesor encargado de dirigir el trabajo.

Asignaturas de Formación Básica

¹ Véase el apartado 2.3. de esta memoria, sobre los procedimientos de consulta externos.



El RD 1393/2007, de 29 de octubre, dispone en su artículo 12.5 que los planes de estudio contarán al menos que 60 créditos de Formación Básica, entendiendo por tales contenidos vinculados a algunas de las materias de la rama de conocimiento a la que se adscriba el Grado en cuestión (36 créditos) y a otras materias que se consideren básicas para la formación del estudiante (los 24 créditos restantes). En la tabla 4 recogemos el resultado de las decisiones que se han tomado al respecto:

1. El Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la URJC se adscribe a la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas. De entre las materias de formación básica incluidas en esa rama, la URJC ha decidido que todos los grados adscritos a la misma cuenten en sus respectivos planes de estudio con asignaturas vinculadas a las siguientes seis materias: Comunicación, Derecho, Economía, Empresa, Historia y Sociología. Esta decisión de la URJC es coherente con el propósito de facilitar la movilidad de los estudiantes entre grados pertenecientes a la misma rama de conocimiento en la primera parte de sus estudios (los dos primeros cursos), algo que puede facilitarse en la medida en todos ellos compartan esas materias de formación básica.
2. En cuanto a las restantes materias de formación básica, y motivado por ese mismo propósito de facilitar la movilidad de los estudiantes entre grados, la URJC decidió establecer cuatro materias comunes para todos los grados ofertados por esta universidad. Esas materias son Principios Jurídicos Básicos, Deontología Profesional e Igualdad, Humanidades, Idioma y Nuevas Tecnologías.

Tabla 4. Vinculación de las asignaturas de Formación Básica

Materias integradas en la rama Ciencias Sociales y Jurídicas	Asignatura	Créditos
<i>Comunicación</i>	Teorías de la comunicación	6
<i>Derecho</i>	Derecho de la comunicación	6
<i>Economía</i>	Principios de economía	6
<i>Empresa</i>	Organización y administración de empresas	6
<i>Historia</i>	Historia del mundo actual	6
<i>Sociología</i>	Estructura social contemporánea	6
Total de créditos básicos de rama		36
Materias básicas comunes establecidas por la URJC	Asignatura	Créditos
<i>Principios jurídicos básicos, Deontología Profesional e Igualdad</i>	Principios jurídicos básicos, Deontología Profesional e Igualdad	6
<i>Humanidades</i>	Lenguaje en la publicidad y la empresa	6
<i>Idioma Moderno</i>	Idioma moderno	6
<i>Informática</i>	Nuevas tecnologías y sociedad de la información	6



Total de créditos básicos comunes	24
TOTAL DE CRÉDITOS DE FORMACIÓN BÁSICA	60

En la tabla 4 se recogen las asignaturas vinculadas en el Plan de Estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas a las diez materias de formación básica. Se ha entendido como formación básica, como ya adelantamos, aquellos contenidos que habilitan al estudiante en saberes y competencias generales en los que se inscriben los contenidos específicos del grado (Publicidad y Relaciones Públicas, en este caso). De ahí que, como expondremos a continuación (epígrafe 5.2), buena parte de las asignaturas de formación básica se incluyan en los dos módulos formativos destinados a ese propósito: Ciencias de la Comunicación, y Ciencias Sociales y Humanidades.

Organización del Plan de Estudios en *módulos* de formación específica

Las distintas materias incluidas en el Plan del Estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (asignaturas, prácticas externas y trabajo de fin de Grado)² se organizan en seis *módulos* en los que se articula el contenido de las enseñanzas que deben conducir a la consecución de los objetivos de formación del Grado. Los *módulos* son entendidos como conjuntos de asignaturas u otras materias que, independientemente de su consideración formal (asignaturas de formación básica, obligatoria, optativas, prácticas externas o trabajo de fin de Grado), articulan un *itinerario formativo* particular orientado a la adquisición por parte del estudiante de saberes, competencias y habilidades específicas o sectoriales dentro de la propuesta de formación global que propone el Plan de Estudios.

En la tabla 5 presentamos la organización de las asignaturas y otras materias del Plan de Estudios en función de esos módulos. El orden de presentación de estos módulos obedece a un criterio que va de lo específico a lo general en la formación de los estudiantes. Así, los tres primeros son módulos orientados hacia la enseñanza-aprendizaje de las competencias y habilidades profesionales necesarias para el ejercicio de la Publicidad y las Relaciones Públicas. Buena parte de las asignaturas incluidas en estos módulos de competencias y habilidades profesionales cuentan con prácticas que los estudiantes llevarán a cabo en los laboratorios con que cuenta la universidad (aulas informatizadas, platós de televisión y estudios de radio), y que se realizarán, en todos los casos, en grupos reducidos (35-40 alumnos).

Los módulos de *Ciencias de la Comunicación* y *Ciencias Sociales y Humanidades* están orientados a la enseñanza-aprendizaje de saberes que permiten, por un lado, insertar las competencias y habilidades profesionales en el ámbito general de referencia de las profesiones para las que forma el Grado (la comunicación en las sociedades contemporáneas, objeto de las Ciencias de la Comunicación); y, por otro, proporcionar a los estudiantes los elementos necesarios para la comprensión de las sociedades actuales y de su evolución histórica, cuya ausencia reduciría los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas a una mera práctica profesional sin arraigo en un conocimiento fundamentado de las condiciones socio-históricas en las que se ejerce.

El módulo final, de *Aplicación de conocimientos profesionales y académicos* pretende ser una especie de compendio, o punto de llegada, de los itinerarios formativos

² Por su carácter particular, parece lógico excluir de esta reflexión los créditos de reconocimiento académico de actividades.



generados por los restantes módulos en las dos orientaciones básicas a las que pueden adscribirse: el ámbito *profesional* (los tres primeros módulos) y el *académico-científico* (los dos segundos). Si las "Prácticas externas" funcionan como compendio de las enseñanzas-aprendizajes de los módulos *profesionales*, el "Trabajo de fin de Grado" cumplirá esa misma función con respecto a los módulos más estrictamente *académicos* o disciplinares.

Tabla 5. Módulos de formación del Plan de Estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

MÓDULOS	ASIGNATURAS
<i>Publicidad</i>	Márketing
	Fundamentos de la publicidad
	Planificación estratégica publicitaria
	Estrategias creativas en publicidad
	Creatividad en la elaboración del mensaje publicitario
	Empresa publicitaria y gestión de cuentas
	Investigación de audiencias y planificación de medios
	Redacción publicitaria
	Publicidad interactiva
	Publicidad y cultura de masas
<i>Relaciones públicas</i>	Fundamentos de las relaciones públicas
	Organización y administración de empresas
	Dirección de comunicación
	Planificación estratégica de las relaciones públicas
	Técnicas y recursos de las relaciones públicas
	Procesos periodísticos y relaciones con los medios
	Gestión de la comunicación
	Relaciones públicas especializadas
	Cultura e imagen de las empresas
	Estadística aplicada a la comunicación
<i>Recursos profesionales</i>	Documentación informativa
	Lenguaje y tecnologías audiovisuales



	Diseño gráfico y dirección de arte
	Comunicación multimedia

MÓDULOS	ASIGNATURAS
<i>Ciencias de la comunicación</i>	Teorías de la comunicación
	Teoría de la información
	Derecho de la comunicación
	Nuevas tecnologías y sociedad de la información
	Principios jurídicos básicos, Deontología Profesional e Igualdad
	Estructura del sistema de medios
	Métodos de investigación en comunicación
	Psicología de la comunicación
	Opinión pública
<i>Ciencias sociales y humanidades</i>	Principios de economía
	Historia del mundo actual
	Lenguaje en la publicidad y la empresa
	Estructura social contemporánea
	Idioma moderno
	Sociología del consumo
	Arte y cultura contemporánea
<i>Aplicación de conocimientos profesionales y académicos</i>	Prácticas externas
	Trabajo de fin de Grado

5.1.2. Planificación y gestión de la movilidad de estudiantes propios y de acogida

El Vicerrectorado de Relaciones Internacionales de la URJC promueve y coordina las actividades de formación académica en el ámbito internacional tratando de favorecer la construcción de un nuevo espacio europeo y cumpliendo así uno de los objetivos de la política general de la Universidad. Este vicerrectorado facilita información y asesoramiento a la comunidad universitaria sobre las diferentes acciones de formación en el ámbito internacional de la educación superior y gestiona y desarrolla los programas, tanto internacionales como nacionales, de movilidad de estudiantes



y profesores. En la página Web de la Universidad, en Relaciones Internacionales, se puede encontrar toda la información referente a la movilidad en el ámbito universitario y se incluye información detallada de las Oficinas de Relaciones Internacionales que se han creado en cada campus.

La Universidad Rey Juan Carlos participa activamente en los programas de movilidad de estudiantes tanto a nivel internacional (SOCRATES-Erasmus y MUNDE) como nacional (SICUE-SÉNECA).

La Universidad, dentro del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), participa en el Programa de Aprendizaje Permanente - Erasmus (Lifelong Learning Programme - Erasmus). Dentro de este programa se han firmado acuerdos con las mejores universidades europeas. El procedimiento de reconocimiento de créditos está regulado por la normativa del programa, y se basa en la firma de acuerdos académicos que vinculan a tres partes: las dos instituciones implicadas y el alumno. El reconocimiento de créditos es automático, pues todas las instituciones participantes en el programa utilizan el sistema ECTS como referencia académica.

Erasmus es la acción destinada a la enseñanza superior del programa Sócrates II. Tiene por objeto mejorar la calidad y fortalecer la dimensión europea de la enseñanza superior fomentando la cooperación transnacional entre universidades, estimulando la movilidad en Europa y mejorando la transparencia y el pleno reconocimiento académico de los estudios y calificaciones en toda la Unión. Comprende una gran variedad de actividades:

- Intercambios de Estudiantes y Profesores.
- Desarrollo Conjunto de Programas de Estudio (Curriculum Development).
- Programas Intensivos Internacionales.
- Redes Temáticas entre departamentos y facultades de toda Europa.
- Cursos de Lenguas (EILC).
- Sistema Europeo de Transferencia de Créditos Académicos (ECTS).

Tenemos convenio Erasmus con los siguientes países:

Alemania, Austria, Bélgica, Chipre, Dinamarca, Eslovaquia, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Hungría, Irlanda, Italia, Lituania, Letonia, Noruega, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumania, Suecia y Turquía. En total tenemos 915 plazas y convenio firmado con 204 instituciones

La Comisión Europea es la responsable global de la aplicación del programa SÓCRATES/ERASMUS. Dentro de este programa la Universidad tiene firmados convenios con las siguientes instituciones:

- Fachhochschule Amberg-Weiden, Alemania
- Technische Universität Berlin, Alemania
- Hochschule Bremen, Alemania
- Technische Universität Clausthal, Alemania
- Technische Universität Dresden, Alemania
- Fachhochschule Hannover, Alemania
- Friedrich-Schiller-Universität Jena, Alemania
- Universität Potsdam, Alemania
- Montanuniversität Leoben, Austria
- Erasmushogeschool Brussel, Bélgica
- Panepistimio Kyprou (University of Cyprus), Chipre
- Aalborg Universitet, Dinamarca
- Helsinki University of Technology, Finlandia
- Haaga-Helia University of Applied Sciences, Finlandia
- Kuopion Yliopisto, Finlandia



- Vaasan Yliopisto - University of Vasa, Finlandia
- Université de Cergy-Pontoise, Francia
- Université Joseph Fourier Grenoble 1, Francia
- Université de Limoges, Francia
- Université Pierre et Marie Curie, Francia
- Université Paul Sabatier (Toulouse III), Francia
- Ikonomiko Panepistimio Athinon (ATHENS UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS), Grecia
- Vrije Universitet Amsterdam, Holanda
- Rijksuniversiteit Groningen, Holanda
- Budapest Tech, Hungría
- University Of Limerick, Irlanda
- Università' Degli Studi del Sannio, Italia
- Università della Calabria, Italia
- Università degli Studi di Genova, Italia
- Università degli Studi di l'Alquila, Italia
- Politecnico di Milano, Italia
- Università degli Studi di Padova, Italia
- Università degli Studi di Pisa, Italia
- Università degli Studi di Roma "Tor Vergata", Italia
- Università degli Studi di Salerno, Italia
- Politecnico di Torino, Italia
- Università degli Studi di Trento, Italia
- Kauno Technologijos Universitetas (Kaunas University of Technology), Lituania
- Uniwersytet Wroclawski, Polonia
- Universidade de Aveiro, Portugal
- Universidade de Coimbra, Portugal
- Insitituto Politécnico de Coimbra, Portugal
- Universidade Nova de Lisboa, Portugal
- Faculty of Information Technology of Brno, República Checa
- Blekinge Institute of Technology, Suecia
- Lunds Universitet, Suecia
- Höögskolan Skövde (University of Skövde), Suecia
- Kungl Tekniska Höögskolan (KTH) - Royal Institute of Technology, Suecia
- Koc University, Turquía
- Sabanci University, Turquía
- Ege Üniversitesi, Turquía
- Erciyes Üniversitesi, Turquía

Fuera del EEES, la Universidad Rey Juan Carlos ha creado el programa de Movilidad Universal De Estudiantes (MUNDE), cuyo funcionamiento es similar al del Programa Erasmus. En este caso, dado que fuera del EEES se utilizan sistemas diferentes al ECTS, el acuerdo académico entre las tres partes incluye el sistema de reconocimiento de créditos concreto que aplicarán las dos instituciones. Dentro de este programa la Universidad tiene acuerdos con las siguientes universidades:

- U. Illinois At Chicago, EEUU
- University of New Mexico, EEUU
- Universität Zürich, Suiza
- Haute École de Gestion de Genève, Suiza
- Don State Technical University, Rusia
- Universidad Austral, Argentina
- Universidad Tecnológica Nacional, Argentina
- Instituto Tecnológico de Buenos Aires, Argentina
- Universidad Argentina de la Empresa, Argentina
- Universidad Mayor, Chile



- Universidad Tecnológica de Pereira, Colombia
- Universidad Francisco Gavidia, El Salvador
- Universidad Autónoma Estado de Hidalgo, México
- Instituto Tecnológico de Monterrey-Quéretaro, México
- Universidad Fray Luca Paccioli, México
- Universidad Privado Antenor Orrego, Perú

Finalmente, el programa SICUE-SÉNECA es el programa de movilidad de estudiantes entre las Universidades españolas. El intercambio de estudiantes puede establecerse mediante un Acuerdo Bilateral por un período mínimo de 3 meses y máximo de un curso completo. Dentro de este programa existen los siguientes acuerdos:

- Universidad de Burgos
- Universidad de Castilla-La Mancha
- Universidad de Huelva
- Universidad de Las Palmas de Gran Canaria
- Universidad de León
- Universidad de Málaga
- Universidad de Murcia
- Universidad de Oviedo
- Universidad de Salamanca
- Universidad de Sevilla
- Universidad Politécnica de Valencia
- Universitat de les Illes Balears
- Universitat de València
- Universitat Jaume I
- Universitat Rovira i Virgili

Por otra parte, la Universidad Rey Juan Carlos, a través del Centro Universitario de Idiomas fomenta el estudio y la práctica de las lenguas extranjeras entre los alumnos, los profesores, y todo el personal de la Universidad, así como entre todas aquellas personas mayores de edad interesadas en el aprendizaje de idiomas modernos. Todos los programas de los cursos organizados por el Centro Universitario de Idiomas corresponden a las directrices de los niveles de competencia lingüística recogidos en el documento del Consejo de Europa denominado: "El Marco Común de Referencia para las Lenguas". Por lo tanto, estos cursos están orientados a:

- Una mejor competencia lingüística del alumnado,
- La preparación de exámenes oficiales,
- La promoción de la movilidad universitaria internacional.

El Centro Universitario de Idiomas ofrece cursos de alemán, inglés, francés, italiano, chino, portugués y español para extranjeros, cursos de preparación para exámenes oficiales en inglés: FCE, BEC, TOEFL, cursos de inglés aplicado al derecho y cursos de conversación. También ofrece un servicio de traducción y asesoramiento lingüístico a todo el personal de la Universidad Rey Juan Carlos.

PLANIFICACIÓN DE LAS ACCIONES DE MOVILIDAD

Las acciones de movilidad se planifican con un curso académico de antelación. Así, durante el curso actual se planificarán las acciones del curso próximo. Esta planificación se rige por el siguiente calendario:

Septiembre-Diciembre: Se revisan los convenios de intercambio académico de todas las acciones de movilidad, y se firman nuevos convenios. La oferta de plazas



dependerá no sólo del número de convenios firmado, sino también de las disponibilidades presupuestarias.

Alumnos propios:

Enero-Febrero: Se realizan las convocatorias de plazas de movilidad. En concreto se realizan tres convocatorias diferenciadas por zonas geográficas: Erasmus (EEES excepto España), SICUE (movilidad nacional), MUNDE (movilidad fuera del EEES).

Marzo-Abril: Se resuelven las convocatorias y se asignan las plazas a los alumnos solicitantes. Por tanto, en el mes de Abril se dispone ya de datos muy aproximados de movilidad relativa a alumnos propios (modificables únicamente por posibles renunciaciones) para el curso siguiente.

Alumnos de acogida:

Octubre: Se organiza un acto de recepción de alumnos de acogida para aquellos alumnos que cursarán el primer cuatrimestre o el curso completo de la titulación.

Febrero: Se organiza un acto de recepción de alumnos de acogida para aquellos alumnos que cursarán el segundo cuatrimestre de la titulación.

Abril-Mayo: Las universidades extranjeras comunican al Servicio de Relaciones Internacionales los alumnos de acogida que han seleccionado para cubrir las plazas acordadas en los convenios. En el mes de Mayo se dispone ya de datos muy aproximados de movilidad relativos a alumnos de acogida (modificables únicamente por posibles renunciaciones) para el curso siguiente.

EVALUACIÓN DE LAS ACCIONES DE MOVILIDAD

Las acciones de movilidad poseen mecanismos de evaluación que pueden diferir de unas a otras. De manera común a todos los programas, el Servicio de Relaciones Internacionales de la Universidad Rey Juan Carlos realiza un exhaustivo seguimiento del mismo, mediante la realización de encuestas a los alumnos tanto de acogida como propios. Además, también desde el Servicio de Relaciones Internacionales, se organizan visitas a las universidades con las que se tiene convenio con el fin de garantizar y evaluar la calidad de las mismas.

En lo relativo a mecanismos concretos, el Programa Erasmus de la Unión Europea posee su propio mecanismo de evaluación, mediante el análisis y control de algunos destinatarios del programa elegidos a partir de un muestreo aleatorio realizado por el Organismo Autónomo de Programas Europeos (externo a la Universidad).

Además, todos los beneficiarios de acciones de movilidad relacionadas con la titulación responden un cuestionario que posteriormente es evaluado por la Comisión para la Garantía de la Calidad. De este modo, se valoran especialmente las propuestas tanto de los alumnos propios como de los alumnos de acogida para la revisión y mejora del desarrollo del plan de estudios.

MECANISMOS DE ASIGNACIÓN DE CRÉDITOS

La titulación dispone de dos Gestores Docentes de Intercambio Académico que se encargan de garantizar el mecanismo de asignación de créditos.

En el caso del Programa Erasmus, tal y como ya se ha mencionado, el procedimiento de reconocimiento de créditos está regulado por la normativa del programa, y se



basa en la firma de acuerdos académicos que vinculan a tres partes: las dos instituciones implicadas y el alumno. El reconocimiento de créditos es automático, pues todas las instituciones participantes en el programa utilizan el sistema ECTS como referencia académica. En este caso, los Gestores Docentes se encargan de orientar y ayudar a los alumnos a elegir correctamente las asignaturas, en coordinación con su contraparte en las universidades extranjeras.

En el caso del programa SICUE, el procedimiento será similar al anterior en el caso de instituciones que utilicen el crédito ECTS como sistema de medida académica. En el caso de instituciones que aún no se hayan adaptado a este sistema, los Gestores Docentes evalúan la carga de trabajo en créditos ECTS de los cursos de las instituciones externas y, en base a esta evaluación, determinan la asignación correcta de créditos.

En el caso del programa MUNDE, dado que las instituciones externas son todas ajenas al sistema ECTS, el mecanismo consiste también en evaluar la carga de trabajo en créditos ECTS de los cursos de las instituciones externas y, en base a esta evaluación, determinar la asignación correcta de créditos. De esta asignación y evaluación se encargan también los Gestores Docentes. Una vez determinada la equivalencia, se firma un acuerdo académico que vincula a las tres partes: las dos instituciones implicadas y el alumno.

MECANISMOS DE APOYO A LOS ALUMNOS DE MOVILIDAD

Toda la información relativa a programas de movilidad se encuentra disponible en la página Web de la Universidad. Además, la Universidad Rey Juan Carlos cuenta con una Oficina de Relaciones Internacionales en cada Campus. Desde esta oficina se da soporte administrativo a los alumnos. Este soporte incluye información sobre convenios, becas, seguros, etc. El soporte académico lo proporcionan los Gestores Docentes de Intercambio, que proporcionan a los alumnos información sobre posibles destinos, perfiles de los destinos y adecuación de los alumnos a los perfiles.

AYUDAS A LA MOVILIDAD

Todos los programas son organizados por la Universidad. Dentro del Programa Erasmus+ existen dos organismos que proporcionan ayudas financieras a los alumnos, estos son la Unión Europea, a través del SEPIE (Servicio Español para la Internacionalización de la Educación) y el Ministerio de Educación a través de las becas Erasmus.es

El programa SICUE es financiado por el Ministerio de Educación mediante el programa de becas Séneca.

El programa MUNDE es financiado por la Universidad y sus beneficiarios pueden además optar a becas del Banco de Santander.

Modalidad semipresencial

Programa de integridad académica

La Universidad Rey Juan Carlos ha diseñado un programa de integridad y honestidad académica para sus titulaciones semipresenciales/a distancia que contempla un conjunto de acciones que eviten el fraude académico mediante conductas inapropiadas como el plagio y/o la suplantación de identidad.



El programa, armonizado con la *Normativa sobre conducta académica de la Universidad Rey Juan Carlos*, contiene un plan de información y formación que incentive la cultura de integridad y honestidad académica, y el diseño de programas formativos que promuevan procesos continuados de evaluación, que acompañan la incorporación de herramientas tecnológicas que previenen las conductas no éticas.

Plan de información y formación para incentivar la cultura de integridad y honestidad académica

Formación e información específica para los docentes.

Dentro del itinerario formativo obligatorio establecido para los profesores que imparten docencia en modalidades semipresenciales/a distancia, existe un módulo específico sobre el uso de la herramienta de control biométrico en el que se les forma en el uso técnico del mismo, en su aplicación en diferentes instrumentos y procesos evaluativos (sesiones regulares, chats, foros y exámenes dentro del LMS), así como en la monitorización de la identidad a través del panel de control disponible en cada asignatura de la modalidad que imparte.

También se imparte un módulo sobre el uso de la herramienta antiplagio.

Formación e información para estudiantes.

En las web de www.urjc.es y www.online.urjc.es los estudiantes disponen de materiales formativos e informativos sobre ética académica que aborda aspectos sobre cómo incluir citas y referencias correctamente en sus trabajos, funcionamiento del sistema de reconocimiento biométrico, así como sobre la *Normativa sobre conducta académica de la Universidad Rey Juan Carlos*.

Diseño de programas formativos que promuevan procesos continuados de evaluación.

Un aspecto que refuerza la eficacia de las estrategias formativas y de la implantación tecnológica es el diseño de programas formativos, a nivel de las asignaturas, que faciliten y promuevan la integridad y honestidad académica. En los cursos formativos que se ofrecen a los profesores sobre metodologías activas, se trabaja sobre modelos de evaluación dinámicos, complejos y variados que dificulten el desarrollo de conductas deshonestas o fraudulentas. Ello tanto por su carácter poco previsible, por la naturaleza de la tarea, como por la segmentación en unidades de trabajo-evaluación más pequeñas, recurrentes y continuadas.

La Universidad Rey Juan Carlos ha incorporado un conjunto de herramientas y aplicaciones destinadas a evitar el fraude académico y las conductas deshonestas.

Esas herramientas y aplicaciones comprenden:

- Mecanismos de control de identidad de los estudiantes: Acceso identificado y sistema de reconocimiento biométrico
- Sistema antiplagio
- Sistema de registro de actividades formativas realizadas mediante videoconferencia



Mecanismos de control de identidad de los estudiantes en el proceso de evaluación

Acceso identificado

De forma general, los estudiantes acceden a la plataforma virtual de aprendizaje mediante un acceso identificado utilizando un ID de dominio único, lo que permite el registro de todas las actividades académicas del estudiante.

Sistema de reconocimiento biométrico

Durante los cursos 2013/2014 y 2014/2015 la Universidad Rey Juan Carlos ha desarrollado pruebas piloto de incorporación de sistemas biométricos de autenticación, mediante procedimientos de reconocimiento facial continuo, para los procesos de evaluación. Los resultados de dichos pilotos han demostrado, en las distintas pruebas realizadas, ser capaz de seguir de forma eficiente la trazabilidad de evidencias de autenticación de la identidad del estudiante online durante las distintas actividades del proceso de aprendizaje, mostrando su innovación y adecuación para alcanzar los requerimientos que puedan ser requeridos por los sistemas de acreditación, como estándar para los cursos online.

En consecuencia, la Universidad Rey Juan Carlos ha integrado dicho sistema de reconocimiento biométrico facial en los procesos evaluativos, y ha establecido un procedimiento de aplicación que se detalla a continuación, con el fin de garantizar la identidad de los estudiantes durante la evaluación.

Descripción tecnológica y funcional del sistema de reconocimiento

Dentro de las distintas opciones disponibles, el sistema de autenticación continua de la identidad del usuario online, permite certificar que el alumno que se ha matriculado es el que está conectado durante la formación y quien está siendo evaluado. Esto aporta una mejora global de la calidad de la acreditación online, lo que supone beneficios claros tanto para el estudiante, la institución que ofrece la formación como para la propia sociedad

El binomio "metodología pedagógica – autenticación de identidad" permite que la intensidad de autenticación establecida pueda ser diferente dependiendo del título de sensibilidad de la actividad realizada por el alumno en cada momento.

Para garantizar el cumplimiento de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, el sistema funciona bajo canales de envío encriptados estableciendo una conexión segura certificada: SSL, protocolo https:// con firma cifrada. Asimismo, las imágenes están ligadas a códigos que no permiten identificar al usuario y se almacenan en los servidores el tiempo necesario para permitir la certificación. Nunca saldrán de los mismos, ni se utilizarán para otro propósito diferente al de la autenticación. No se copiarán ni se visualizarán por un tercero.

Procedimiento de utilización del sistema biométrico en procesos evaluativos

Para la correcta aplicación y uso del sistema biométrico, la universidad dispone de un "Procedimiento de evaluación en modalidad online" que fija los aspectos básicos del mismo.

En cuanto al funcionamiento, se describe este de forma resumida:

- a) Desde Moodle se manda al sistema un código que identifica inequívocamente a cada alumno. Un código independiente y sin relación alguna con ningún tipo de dato personal, de forma que se preserve la identidad del estudiante.
- b) Se realiza un registro del alumno mediante la toma de tres imágenes con las cuales se crea el modelo biométrico de las características faciales mediante la



- aplicación. Las imágenes capturadas se validan con la imagen incluida en la tarjeta universitaria del estudiante.
- c) Se toman fotos del alumno durante la sesión/sesiones a seguir mediante la aplicación.
 - d) Las imágenes tomadas se envían a los servidores del sistema biométrico donde, en base a las últimas técnicas de reconocimiento facial, se verifica la identidad del alumno contra el modelo biométrico creado con las imágenes de registro en combinación con imágenes anteriores.
 - e) Los resultados darán lugar a un informe que se va actualizando constantemente con las nuevas imágenes y al que se tiene acceso desde Moodle para hacer el seguimiento de la autenticación del alumno.

Sistema antiplagio

La Universidad Rey Juan Carlos cuenta con un sistema antiplagio integrado en Aula Virtual. Dicho sistema permite diversos métodos de comprobación de fuentes de plagio (vs documento, vs internet, vs base de datos de la universidad, vs fuentes abiertas y fuentes editoriales) tanto para el profesor como el estudiante.

Procedimientos alternativos en caso de fallo del sistema propuesto

Los niveles medios de servicio del LMS Moodle mensuales (uptime) superan el 99.7% con tasas de error por debajo del 0.3%.

No obstante, ante la eventualidad de que se produzca un problema de acceso o caída de los servicios extraordinario por encima de estos valores, que pudiera imposibilitar la realización de las actividades académicas. La universidad tiene establecidas políticas de contingencia tecnológica que contempla tanto mecanismos de protección primaria como de resolución de incidencias de imposibilidad de acceso a servicio. Las incidencias que afectan a la caída de servicio son consideradas críticas y atendidas con rangos de respuesta de prioridad alta.

En el caso del sistema de videoconferencia, la universidad cuenta actualmente en servicio con dos sistemas-versiones alternativos para la realización de las videoconferencias integrado en Moodle: BB Collaborate y BB Ultra. Ambos sistemas funcionan de manera independiente, por lo que en el caso de que uno no funcionase adecuadamente podría utilizarse de forma alternativa el otro.

Para aquellos casos en los que se produjese una caída general del LMS Moodle, que impidiese durante un tiempo superior a una hora acceder al mismo, de forma homologable al procedimiento que se seguiría en enseñanza presencial si se diese una causa de fuerza mayor, el procedimiento contempla el mecanismo para que el estudiante pueda realizar la defensa en una nueva convocatoria que tendría lugar en un plazo no superior a 48 horas.

Sistema de registro de actividades formativas realizadas mediante videoconferencia

Desde el curso 2015/2016 se ha integrado el sistema de videoconferencias Blackboard Collaborate. Dicho sistema permite establecer sesiones de multiconferencia en las que los usuarios (profesores y estudiantes) acceden con las credenciales de registro de Aula Virtual. Ello permite no sólo el registro del logado de los usuarios, sino que deja traza de la actividad en el LMS que es accesible y comprobable a través del sistema de informes. Mediante la videoconferencia, profesores y estudiantes pueden conectarse a través de vídeo y/o audio, compartir documentos, aplicaciones y pantalla, acceder en remoto a otro equipo, etc.



Además, se puede realizar registro de la sesión en formatos de vídeo y audio, por lo que, en actividades formativas evaluables que requieran la acreditación del estudiante puede procederse al almacenamiento de evidencias esenciales del proceso evaluativo, y su posterior recuperación, durante dos cursos académicos posteriores al que se realiza, de forma que dichas actividades puedan ser comprobadas en cualquier proceso administrativo que se requiera.

Garantías ofrecidas por el sistema

La integración de la tecnología de proctoring dentro del LMS Moodle permite no sólo garantizar situaciones de evaluación homologables a las de actos presenciales, sino que, por añadido, permiten disponer de un registro trazable del proceso de identificación seguido, a través de los informes que genera la herramienta.

