



ESIC Business & Marketing School

INFORME ANUAL DE TITULACIÓN
Grado Oficial en Marketing (GRMK)
CURSO ACADÉMICO 2012/13
Comisión de Titulación
Campus Madrid

Fecha Aprobación del Informe
por parte de la Comisión de Titulación:
08/04/2014

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

Contenido del Informe

1	OBJETIVO DEL INFORME.....	4
2	PARA LA SOCIEDAD Y EL FUTURO ESTUDIANTE	5
2.1	Información previa a la matrícula.....	5
2.2	Características del plan de estudios.....	6
2.3	Justificación del título	6
2.4	Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos.....	7
2.5	Atribuciones profesionales del título.....	7
2.6	Competencias que caracterizan el título	7
2.7	Perfil de Ingreso y Egresado.....	8
2.8	Datos de Matrícula	9
2.8.1	Plazas de nuevo ingreso ofertadas.....	9
2.8.2	Número de alumnos matriculados y Bajas	9
3	PARA EL ESTUDIANTE	10
3.1	Guías docentes.....	10
3.2	Planificación temporal del despliegue del plan de estudios.....	10
3.2.1	Cambios introducidos en el Plan de Estudios (Mejoras implantadas).....	10
3.2.2	Grado de cumplimiento.....	11
3.2.3	Análisis de Memoria Académica de Titulación	11
3.3	Información relativa a la extinción del plan antiguo	11
3.4	Programas de movilidad.....	12
3.4.1	Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación	12
3.5	Orientación Profesional de la Titulación	13
3.5.1	Ratios de Orientación Profesional por curso en la Titulación	14
3.6	Prácticas Profesionales.....	15
3.7	Inserción laboral de los egresados	15
3.7.1	Ratios de Inserción por Actividades Profesionales.....	16
3.8	Otros	16
3.8.1	Premios a la Excelencia.....	17
3.8.2	Seguimiento muy cercano alumnos 1ºy 2º Cursos.....	17
3.8.3	Participación de alumnos en los diferente Concursos y Premios.....	17
3.8.4	Aula Multimedia.....	17
3.8.5	Study Tour China	17
4	PROFESORADO.....	18
4.1	Categoría del Profesorado.	18
4.2	Actividad investigadora.....	18
4.3	Calidad del Profesorado:.....	19

Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Marketing (GRMK)
Curso Académico 2012/13
ESIC Business & Marketing School

4.4	Programas de Movilidad del Profesorado	20
5	OTROS RECURSOS.....	20
5.1	Recursos físicos.....	20
5.2	Recursos humanos (PAS)	20
6	MEMORIA DE ACTIVIDADES	21
6.1	Actividades desarrolladas.....	21
7	GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD EN LA TITULACIÓN.....	23
7.1	Procedimientos (Mapa de Procesos)	23
7.2	Políticas.....	23
7.3	Comité Académico de Titulación.....	24
7.4	Reuniones otros equipos.	26
7.5	Evaluación del Aprendizaje.....	28
7.5.1	Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento.....	28
7.5.2	Análisis Evaluación del Aprendizaje	29
7.5.3	Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación)	30
7.6	Gestión de sugerencias y reclamaciones.....	31
7.6.1	Reconocimientos por Área/Titulación (Quejas, Felicitaciones o Sugerencias)	31
7.7	Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés	32
7.7.1	Satisfacción de los Alumnos	32
7.7.2	Satisfacción de Egresados	33
7.7.3	Satisfacción de Personal Docente	33
7.7.4	Satisfacción de Personal No Docente	34
7.7.5	Satisfacción Agentes Externos	35
7.7.6	Satisfacción Prácticas Profesionales	35
7.7.7	Satisfacción Programas de Movilidad.....	35
8	RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA (PROPIOS Y OFICIALES). GRADO DE IMPLANTACIÓN.	36
9	PROPUESTAS DE MEJORA PARA CURSO SIGUIENTE.....	39
9.1.1	Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2012/2013	39
9.1.2	Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2013/2014	40
10	CUADRO DE INDICADORES	40

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

1 Objetivo del Informe

El objetivo del presente Informe es reflejar el seguimiento adecuado de la Titulación de Grado o Postgrado de ESIC realizado por la Comisión Académica de Titulación, regida según se detalla en la **Política de Comisión de Titulación de ESIC (Área Grado y Postgrado)** en el Sistema de Calidad de ESIC.

El Informe, entre otros datos de interés, aporta la Memoria de Titulación y sus valoraciones y propuestas de mejora. Además, el informe aportará toda la información relativa a la Titulación y a los servicios no académicos que deban apoyar a los Estudiantes que cursan la Titulación. El Informe tiene un carácter anual, y deberá generarse entre los meses de Julio y Septiembre, ambos inclusive, para su revisión por el Decanato en el mes de Octubre.

En base a este Informe, el Vicedecano propondrá los Objetivos Académicos para la Titulación para el siguiente curso académico, y revisado y autorizados por el Decano, y sobre los cuáles la Comisión Académica de Titulación hará seguimiento y velará por el cumplimiento de los mismos implicando a la dirección académica y/o de servicios que aplique.

El Responsable en ESIC de gestionar y comunicar este informe al Vicedecano es el Director de la Comisión Académica de Titulación que corresponda.

Este informe es parte de las evidencias de la gestión académica llevada a cabo en el Área Académica de ESIC declarado en el Sistema de Calidad de ESIC bajo el modelo de SGIC definido por la Acreditación AUDIT otorgado por ANECA (Ver Criterios y Directrices para la Garantía de Calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior.

http://www.aneca.es/present/docs/enqa_criteriosydirectrices_261005.pdf)

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

2 PARA LA SOCIEDAD Y EL FUTURO ESTUDIANTE

2.1 Información previa a la matrícula.

El acceso a las enseñanzas oficiales de Grado requerirá estar en posesión del título de bachiller o equivalente y la superación de la prueba a que se refiere el artículo 42 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, modificada por la Ley 4/2007, de 12 abril, sin perjuicio de los demás mecanismos de acceso previstos por la normativa vigente.

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/>

Apartado: Perfil del alumno de la titulación / Perfil de entrada

Vía de acceso al Primer Curso

	2011/12	2012/13	Variación
FP DE 2º GRADO O MODULO III	9%	7%	-21%
Mayores de 25 años	0%	2,35%	100%
Selectividad, PAU (todos los tipos de selectividad)	87,5%	85,9%	-1,8%
Traslado desde los mismos estudios	3,6%	4,7%	32%
TOTAL	100%	100%	

Fuente Secretaria General de ESIC

Nota media de acceso (PAU)

2011/12		2012/13	
Junio	Septiembre	Junio	Septiembre
7	6,3	7,26	6,56

Fuente Secretaria General de ESIC

Notas de corte

2011/12		2012/13	
Junio	Septiembre	Junio	Septiembre
5	5,2	5	5

Fuente Secretaria General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Las vías de acceso más comunes para el alumno del Grado de Marketing es estudiante que acaba de finalizar sus estudios de bachiller y ha aprobado la selectividad en valores que rondan el 85%. La segunda vía de acceso, los alumnos que acceden por vía de Formación Profesional, seguidos de los traslados de expedientes de otros centros universitarios. El acceso de alumnos que se incorporan tras aprobar el acceso a la universidad para mayores de 25 años se ha materializado en este año académico 2012/2013.

La nota media de acceso es en Junio superior al 7 viéndose reducida levemente en Septiembre hasta el 6,5.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

2.2 Características del plan de estudios

A continuación se detallan los alumnos de Grado en Marketing en los últimos cursos.

Número de matriculados según Plan de Estudios por curso

Curso	2011/12	2012/13	Variación
Total Grado Oficial en Marketing (GRMK)	298	330	11%

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se ha aumentado el número de alumnos del curso 2011/2012 al 2012/2013 para el título oficial, con un incremento del 11%.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

2.3 Justificación del título

La justificación del título responde a las demanda del mismo, como respuesta a las necesidades sociales y del sistema económico-empresarial. La necesidad de este grado se ha plasmado en una demanda real y creciente de alumnos desde la implantación de los estudios en empresa en 1953.

Relación Oferta-Demanda de la Titulación

	2011/12	2012/13	Variación
Plazas Ofertadas (A)	50	130	160%
Plazas Demandadas (B)	116	172	48%
Ratio: Relación B/A	2,32	1,32	

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

El título aumentó en 80 el número de plazas hasta alcanzar las 130 plazas ofertadas en el curso 2012/2013. Este incremento del 48% de la demanda permite cubrir las plazas para el Título.

El exceso de demanda hace indicar que no deberían quedarse plazas sin ocupar para los siguientes cursos.

A pesar de las plazas en principio ofertadas en el curso 2011/2012, 50 plazas, se consiguieron aumentar bajo autorización de la URJC a 114 plazas debido a la demanda del título, y a pesar de las plazas reflejadas en inicio en la Memoria.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

2.4 Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos

Los alumnos del Grado de Marketing que deseen convalidar o adaptar materias cursadas en otros centros de carácter oficial, deberán cumplir los requisitos que la Universidad exige para dichas convalidaciones o adaptaciones y solicitarlas en la Secretaría de la Escuela en los plazos que se marquen.

La normativa oficial de reconocimiento y transferencias de créditos de la URJC se puede consultar en el siguiente enlace:

http://www.esic.edu/pdf/normativa_reconocimiento_de_creditos.pdf

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/>

En Apartado: Información Académica / Reconocimiento de créditos

	2011/12	2012/13	Variación
Nº Traslado de Expedientes	8	12	50%

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se estudiaron los casos de 8 alumnos en el curso 2011/2012 de 6 Universidades distintas, aumentando estos hasta 12 solicitantes en el curso 2012/2013 de 8 Universidades.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede.

2.5 Atribuciones profesionales del título

No procede para el Grado Oficial en Marketing.

2.6 Competencias que caracterizan el título

Las competencias que para el Título están declaradas en el Plan de estudios de esta titulación, así mismo están identificadas por materia, tal y como están reflejadas en la Memoria del Título aprobada por ANECA.

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/>

En Apartado: Información Académica / Competencias

Análisis de Datos y Conclusiones:

Publicación de las competencias por Título y Materia en la página web de ESIC, en el apartado de la Titulación.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

2.7 Perfil de Ingreso y Egresado

ESIC, como centro adscrito a la Universidad Rey Juan Carlos se rige por su normativa vigente.

A continuación se detallan los datos generales de los perfiles de ingreso para el Grado Oficial en Marketing.

Perfil de ingreso *

	2011/12	2012/13	Variación
Alumnos de nuevo ingreso: Mujeres	35%	36%	2,73%
Alumnos de nuevo ingreso: Hombres	65%	62,8%	-3,26%
Alumnos de nuevo ingreso de fuera de la CAM	16,67%	6,98%	-58%
Alumnos de nuevo ingreso: Extranjeros	2,63%	2,33%	-11%
Alumnos de nuevo ingreso matriculados a tiempo completo	97%	100%	-22%

* **Datos Procedentes de la Matriculación.** Fuente Secretaria General de ESIC

Perfil de salida *

Para analizar el perfil de egresado se contemplarán tanto los Indicadores solicitados por el Sistema de Calidad de la URJC como las variables descritas en la Política de Perfil de Ingreso y Egresado de ESIC.

A continuación se anexa la tabla que se reportará a la URJC. Esta información se iniciará su análisis a partir de la graduación de los alumnos que se iniciaron en el curso 2011/2012 según criterios establecidos por la URJC.

Tabla de Indicadores de perfil de egresado de URJC

	2015/2016	2016/2017
1. Tasa de graduación por modalidad		
TIEMPO COMPLETO	0,00%	0,00%
2. Tasa de graduación por sexo		
HOMBRES	0,00%	0,00%
MUJERES	0,00%	0,00%
3. tasa de graduación por país de procedencia		
ESPAÑA	0,00%	0,00%
RESTO	0,00%	0,00%
4. Tasa de graduación por edad		
18 AÑOS O MENORES A 18	0,00%	0,00%
19 - 25	0,00%	0,00%
26 - 29	0,00%	0,00%
30 - 39	0,00%	0,00%
40 - 45	0,00%	0,00%
46 AÑOS O MÁS	0,00%	0,00%

Fuente Secretaria General de ESIC

Para más información sobre las áreas donde terminan trabajando nuestros alumnos:

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/>

Apartado: Perfil del alumno de la titulación

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

Perfil de Ingreso: Los porcentajes de hombres y mujeres matriculados en el Título, no han sufrido variaciones significativas. Del mismo modo el número de alumnos extranjeros se ha mantenido en valores similares, pasando de cubrir el 2,6 al 2,3% de las plazas.

Los alumnos de fuera de la CAM se vieron reducidos en un 58% pasando de cubrir un 17% a un 7% en este último año.

Perfil de Egresado: En la actualidad y debido a un cambio de plataforma informática de gestión no se tienen accesibles los datos que ofrecen el perfil de egresado. Queda pendiente de analizar.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede

2.8 Datos de Matrícula

2.8.1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas

La Titulación ha aumentado el número de plazas ofertadas por ESIC, bajo aprobación de la URJC para dar respuesta a la demanda que anualmente se tiene para la Titulación.

Plazas de nuevo ingreso ofertadas

	2011/12	2012/13	Variación
Número de plazas de Nuevo Ingreso ofertadas	50	130	160%
Número de matriculaciones de Nuevo Ingreso	114	86	-24%
Tasa de Cobertura: Matriculados/plazas ofertadas	228%	66,15%	

Fuente Secretaría General de ESIC

2.8.2 Número de alumnos matriculados y Bajas

	2011/12	2012/13
Tasa de abandono por modalidad		
TIEMPO COMPLETO	7%	3,5%
Distribución de abandonos por sexo		
HOMBRES	85,7%	75%
MUJERES	14,3%	25%
Distribución de abandonos por país de procedencia		
ESPAÑA	100%	100%
OTRO	0%	0%

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

A pesar del incremento de plazas ofertadas para el Título en el curso 2012/2013, y de la demanda inicial, se produjo un número de matriculaciones menor de la esperada, por lo que se ha visto reducido el número de matriculaciones del curso 2011/2012 al 2012/2013 en un 24%.

Las bajas totales del año 2011/2012 fueron del 7% viéndose reducidas hasta sólo el 3,5% en el último curso 2012/2013, obteniendo así una eficiencia de bajas sobre los matriculados.

La mayoría de los alumnos que causaron baja fueron hombres y todos ellos de nacionalidad española.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede

3 PARA EL ESTUDIANTE

3.1 Guías docentes

La guía docente como instrumento oficial de comunicación entre profesores y alumnos contiene información general de la asignatura y refleja las competencias especificadas de cada una.

Existe una única guía por asignatura y titulación, independientemente del número de profesores que la imparten, en un documento denominado Syllabus.

Podríamos acceder a las guías docentes de las materias siguiendo la siguiente ruta:

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/>

Apartado: Información Académica / Plan de estudios / Itinerario Formativo

Se han realizado ajustes en los Syllabus, en la mayoría de los casos de pequeña envergadura, publicándose los syllabus del primer cuatrimestre en junio/julio 2012, y los del segundo cuatrimestre en julio/septiembre 2012. En aquellos casos (alrededor de 5) que los ajustes han sido más relevantes, la Dirección del Departamento y el Coordinador de la Asignatura lo han trabajado previamente con los profesores afectados.

Las guías docentes se han actualizado a la finalización del curso 12/13 con el nuevo formato de guía docente Ed.2.

Análisis de Datos y Conclusiones:

El 100% de las guías docentes están publicadas en la página web de la Universidad y son visibles a cualquier persona que quisiese acceder a ellas. Dichas guías cumplen la normativa fijada.

Propuestas de Mejora al Indicador:

Mejora: Implantación de un nuevo formato de guía docente (Ed.3)

Causa: Guía en donde las materias se evalúan en un sistema por competencias de tal forma que se pueda medir los resultados de aprendizaje por competencia. Además revisar que los contenidos se ajustan a la nueva Memoria verificada 2013.

Acciones a Desarrollar: Propuestas y elaboración de nuevo formato por parte de los responsables

Responsables: Vicedecano de Grado ESIC y Miembros de la Comisión de la Titulación

Tiempo Realización: 2013.MEMORIA.GRADO.006

3.2 Planificación temporal del despliegue del plan de estudios.

3.2.1 Cambios introducidos en el Plan de Estudios (Mejoras implantadas)

No se han introducido cambios en este Plan de Estudios.

Mejoras implantadas en el curso académico

En la Reunión de Revisión del Sistema, la unidad de calidad presentó el Informe de Auditoría Interna 2012 ante los asistentes y se comentan los puntos fuertes y débiles del Modelo de Calidad detectados a través de las auditorías.

A continuación se listan las mejoras identificadas en los bloques de procesos de la Cadena de Valor del Área de Grado, y que han aplicado a este título. Dichas mejoras fueron identificadas a través del proceso de auditoría interna de Marzo 2013 en el área de Grado.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

	2012/13
Mejoras Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado	
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Formativo y Complementario	1
Mejoras Procesos de Apoyo-Prestación del servicio	
Total Mejoras Cursos Académico	1

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se requiere mejorar los Procesos de Becas, Admisiones y Captación en el área de Grado, según auditorías ISO. Se hará seguimiento de estas mejoras a través del procedimiento de seguimiento del SGIC bajo ISO.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede

3.2.2 Grado de cumplimiento

Los procedimientos que se han mejorado del 2012 al 2013 son:

- La plataforma de Syllabus ha quedado completamente consolidada y se utiliza en todas las titulaciones en todos los campus.
- El departamento de Investigación se ha expandido al resto de los campus.

	2012/13
Mejoras Propuestas año anterior e implantadas	2

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se mejora el **procedimiento de documentaciones** del profesor al alumno para este año, a través del canal de la Intranet. También, se ha expandido el departamento de Investigación al resto de campus.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

3.2.3 Análisis de Memoria Académica de Titulación

3.3 Información relativa a la extinción del plan antiguo

No procede al no haber plan antiguo de Marketing.

	2011/12	2012/13	Variación
Nº Alumnos pendientes del Plan Antiguo de la misma Titulación o asimilada	0	0	0%

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

No hay plan antiguo de Marketing.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

3.4 Programas de movilidad

El área Internacional de ESIC ofrece acuerdos de intercambios académicos a nuestros alumnos del Grado en Marketing con algunas de las universidades más prestigiosas de todo el mundo. Las becas Erasmus ofrecen intercambios con países de la UE.

Asimismo se ofrecen otro tipo de becas para los alumnos de cualquier titulación: MUNDE (Anexo II), FARO y ARGO, en las que se pueden realizar tanto prácticas en el extranjero, como cursar estudios en gran variedad de países.

Consulta los diferentes programas internacionales que ESIC pone a disposición de sus alumnos en el siguiente enlace: <http://www.esic.edu/grado/internacional/oficial/> en el Apartado/Programas de Movilidad

Análisis de Datos y Conclusiones:

El trabajo de la Oficina Internacional en relación a acuerdos internacionales muestra que los intercambios académicos con los que cuenta la escuela tienen un gran atractivo entre los alumnos, por ello es que los incrementos en el número de solicitantes se ha visto incrementado de una manera importante en el último año.

La búsqueda continua de nuestros convenios no hace más que mejorar el funcionamiento completo sobre la movilidad en ESIC. Los alumnos del título tienen las opciones suficientes para mejorar sus idiomas de cara al futuro.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

3.4.1 Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación

	2011/12	2012/13	Variación
Alumnos en movilidad por Convenio ERASMUS			
Alumnos ESIC de ERASMUS	13	12	-7,6%
Alumnos ERASMUS en ESIC	9	14	55,5%
Alumnos en movilidad por Convenio MUNDE			
Alumnos ESIC en MUNDE	0	0	0%
Alumnos MUNDE en ESIC	0	8	100%
Total Alumnos ESIC en movilidad	13	12	-7,6%
Total Alumnos de Movilidad en ESIC	9	22	144,4%
Total de Convenio Internacionales de ESIC Con otras Universidades	43	51	19%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

El aumento registrado en el total de alumnos de Movilidad en ESIC ha alcanzado un incremento de más del 140%. Esto es debido por un lado al aumento del 55% en el número de alumnos, y por otro lado a los 8 nuevos alumnos que ha habido por becas Munde. Por otra parte, los alumnos que de ESIC en programas de movilidad se han visto reducidos en un 7,6% por la reducción en el número de alumnos Erasmus.

La satisfacción general de los alumnos que participaron en programas de movilidad puede verse en la web en el enlace:

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-de-resultados-de-satisfaccion-alumnos-respecto-a-programas-movilidad-20122013.pdf>

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

Los convenios firmados están vigentes para títulos de grado. Se trabaja para mejorar los convenios con las universidades que ya se tienen como en buscar nuevos acuerdos que mejorasen las capacidades de los alumnos.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

3.5 Orientación Profesional de la Titulación

ESIC pone a disposición de sus grupos de interés los resultados del informe de **Orientación Profesional de Grado 12/13** en el siguiente enlace:

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-de-resultados-orientacion-profesional-grado-20122013.pdf>

Valoraciones recogidas sobre la **satisfacción de alumnos 2012/13 respecto a cuestiones de orientación profesional**:

TITULACIÓN Campus: Madrid	3 - Despertar inquietudes emprendedoras	10 - Oferta de prácticas de empresa	19 - Nivel de aportación de experiencia profesional	24 - Formación en habilidades de gestión directiva	30 - Actividades de orientación profesional y personal
GRMK	5	3,38	5,78	5,78	3,11
DTGRMK	5,9	5,8	7,1	6,2	4,3

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

También se prepararon Sesiones Informativas específicas (10 en total, con la asistencia de 387 alumnos) en las que ha participado el Área Promoción Institucional de Postgrado, Carreras Profesionales y el Área Académica de Grado.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Existe un porcentaje superior al 21% de créditos sobre el total en lo referente a materias que tienen una total orientación profesional. La encuesta que se realizó a los alumnos trataba cinco cuestiones relacionadas con este aspecto.

La orientación profesional de nuestros alumnos queda muy bien valorada en todos los aspectos.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

3.5.1 Ratios de Orientación Profesional por curso en la Titulación

Nº Créditos con 100% Orientación Profesional por Titulación y % de Nº de créditos

	Curso	2011/12	%	2012/13	%
Grado Oficial en Marketing (GRMK)	1º	6	7%	6	7%
	2º	6	9%	6	9%
	3º	4,5	7%	4,5	7%
	4º			30	36%
Total (GRMK)		16,5		46,5	
Doble Titulación Grado Oficial en Marketing + Título Superior en Dirección Comercial (DTGRMK)	1º	12	15%	12	15%
	2º	9	13%	9	13%
	3º	9	13%	9	13%
	4º			33	40%
Total (DTGRMK)		30		63	63
TOTAL		46,5		93	

Fuente Dirección Académica de Grado ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

El porcentaje de estas materias sobre el total de cada año aumenta en las Dobles Titulaciones respecto al Grado simple. Es a partir del 2º curso cuando ya la Orientación Profesional recibe una carga muy superior en la Doble titulación, destacando especialmente el 5º año de carrera, tanto para los de la URJC como de la UMH, el Plan de Estudios incluye un 5º curso cuya Orientación Profesional es la casi totalidad de sus Créditos.

La Orientación Profesional es de vital importancia. Su desarrollo adecuado en todos los programas de ESIC d cercanía del aprendizaje debe propiciar una mayor cercanía hacia la realidad empresarial.

En el área de grado de ESIC, la empleabilidad y el desarrollo profesional y directivo de nuestros alumnos es un objetivo estratégico en un doble sentido, uno, dotando a los alumnos de todos los conocimiento y herramientas necesarias para que sean más empleables y/o tengan un mejor desarrollo profesional, y otro, ayudándoles y apoyándoles, a través de los departamentos de Prácticas y Bolsa de Empleo, para que encuentren su primer empleo, en el caso de los jóvenes recién titulados sin experiencia profesional a través de prácticas en empresas y/o desarrollen su carrera profesional (alumnos con experiencia profesional).

Propuestas de Mejora al Indicador:

Mejora: Mayor participación de los alumnos en la respuesta de las encuestas.

Causa: Mejora necesaria en el grado de respuesta de los alumnos a dichas encuestas de satisfacción.

Acciones a Desarrollar: Cambio en la Plataforma y Programación de dichas Encuestas.

Responsables: Dirección Académica y Unidad de Calidad

Tiempo Realización: 13/14

Código: 2013.MEMORIA.GRADO.003

3.6 Prácticas Profesionales

Dentro de la organización de ESIC figura el departamento de Prácticas Profesionales, que constituye uno de los enlaces naturales de la Escuela con la realidad empresarial. Las Prácticas Externas constituyen una actividad de carácter formativo a realizar por los estudiantes con la supervisión de ESIC.

Las prácticas externas tienen como objetivo permitir a los estudiantes aplicar de una forma profesional los conocimientos adquiridos en su formación académica. Los estudiantes podrán de este modo conocer la metodología de trabajo, desarrollar competencias y obtener una experiencia práctica que les facilite su inserción en el mercado de trabajo.

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/>

Apartado: Prácticas profesionales / Prácticas Externas

	2012/13
Nº Alumnos en prácticas No Curriculares durante el curso académico	46
Nº Alumnos en prácticas Curriculares durante el curso académico	62
Total Alumnos en Prácticas	108

Fuente Dpto. de Prácticas de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Trabajamos con un número elevado de alumnos realizando prácticas, tanto curriculares de 4º curso como las no curriculares en su tercer año de carrera. El total de alumnos en prácticas alcanzó los 108. Al no disponer de datos del año 11/12 no se puede valorar el incremento o reducción el número de prácticas, pero si podemos concluir que el número final de alumnos realizando prácticas es mayor al esperado.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

3.7 Inserción laboral de los egresados

Para el análisis de la inserción laboral de los egresados de la titulación se realiza en distintas vías. Por un lado a través del **Dpto. de Carreras Profesionales del Campus** desde donde se hace un seguimiento continuado de ofertas y demandas de puestos de trabajo de egresados de la titulación. Por otro lado se realiza una **Encuesta de Inserción laboral a los egresados**, donde se valora no solo la trayectoria profesional del egresado antes, durante y después de la finalización del Título sino también el nivel de importancia y aplicabilidad de la formación recibida en el Título (Política de Inserción Laboral de ESIC).

Además, el Dpto. de Carreras Profesionales de ESIC realiza un seguimiento de los nombramientos que se van produciendo por los egresados de las titulaciones de ESIC.

Todos los resultados de las vías de análisis de la inserción laboral son analizados y seguidas por la Comisión de Titulación.

La información pública sobre el Dpto. de Carreras profesionales se encuentra en: <http://www.esic.edu/grado/bolsa-trabajo/>

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

Podemos ver sus actividades más significativas para el título en la web:

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/>

Apartado Atención al antiguo alumno / Carreras profesionales

Los resultados sobre la Encuesta de Inserción Laboral están previstos para el curso 2013/2014.

Los nombramientos alcanzados se publican en la **Revista Alumni de ESIC**, a continuación se listan las publicaciones de la revista durante el 2012/2013:

2012

Número 22. Marzo de 2012 <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=66/6194/12826&lng=es>

Número 23. Junio de 2012 <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=66/6194/14449&lng=es>

Número 24. Septiembre 2012 <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=66/6194/15793&lng=es>

Número 25. <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=66/6194/17041&lng=es>

2013

Número 26. <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=66/6194/18371&lng=es>

Número 27. <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=66/6194/19771&lng=es>

Número 28. <https://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=66/6194/21223&lng=es>

3.7.1 Ratios de Inserción por Actividades Profesionales

Pendiente de recibir los datos de la encuesta de satisfacción de los egresados.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se puede concluir que existe un numeroso grado de egresados que consiguen puesto intermedios de responsabilidad, en las diferentes áreas de la empresa.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Poner en marcha una plataforma de encuestas para la Inserción Laboral el año 2013/2014 y recibir ya así el primer informe de inserción laboral de egresados con este sistema.

Causa: Mejorar el seguimiento de la actividad

Acciones a Desarrollar: Reuniones de las áreas implicadas para la puesta en marcha

Responsables: Vicedecano de Grado ESIC y Miembros de la Comisión de la Titulación y Directores de Áreas implicadas (Marketing y Calidad)

Tiempo Realización: 2013/2014

Código: 2013.MEMORIA.GRADO.004

3.8 Otros

Desde ESIC se pone a disposición del alumno algunas becas y ayudas para facilitar la financiación de sus estudios.

<http://www.esic.edu/grado/becas-ayudas/>

3.8.1 Premios a la Excelencia

Durante el curso se ha implementado el documento que recoge los criterios y los procesos de los tres niveles de premios establecidos, toda la labor de comunicación para todos los Campus, las decisiones de los Jurados, así como el protocolo de entrega en las diferentes Graduaciones.

Se ha llevado a cabo un excelente trabajo de equipo, impulsado por el equipo de Grado que lo ha pilotado, y con el apoyo del departamento de Marketing, así como de la Coordinación Académica de cada Campus.

Los excelentes resultados demuestran que tenemos un buen nº de alumnos excelentes, y que los Premios han sido bien recibidos, tanto internamente como, sobre todo, a nivel de los propios alumnos y de los padres de los mismos.

Para 2013/14 se está trabajando en una actualización de los criterios de adjudicación de los Premios y del proceso de avales de los profesores, así como en los procesos de comunicación de los Premios.

<http://www.esic.edu/premioexcelencia>

3.8.2 Seguimiento muy cercano alumnos 1ºy 2º Cursos

Contamos con el Plan de Acción Tutorial. Sistematizando de forma eficaz las tareas de los Tutores.

Actualización de Normas Académicas sobre la Disciplina en clase, con su correspondiente reflejo en la Guía Académica.

Se programaron al inicio del curso los “Cursos 0”, básicamente en Matemáticas y en Contabilidad. A lo largo del curso también se llevaron a cabo Cursos de Refuerzo, sobre todo, para las asignaturas cuantitativas. También se realizó el Curso de Refuerzo entre Convocatorias, con la vista puesta en los Exámenes de la Convocatoria Extraordinaria.

La experiencia del “Alumno-Guía”, para mejorar hábitos de estudios ha tenido buenos resultados, y se va a ajustar para el curso que viene.

Se ha estado preparando un Manual de Bienvenida para Nuevos Alumnos, estando previsto disponer del mismo a finales de agosto.

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/>

En el apartado Atención al estudiante / acogida, cursos cero y tutorización académica

3.8.3 Participación de alumnos en los diferente Concursos y Premios

Se ha notado un incremento significativo tanto en el número de alumnos participantes, como en la calidad de los trabajos presentados en las diferentes convocatorias.

Los más destacados son: CAREM, INICIATIVA EMPRENDEDORA, ESIC CREA, etc.

Ver Memoria de ESIC 2012 (<http://www.esic.edu/calidad/pdf/memoria-resumen-de-esic-2012-version-espanol.pdf>)

3.8.4 Aula Multimedia

Durante este curso se han celebrado 14 seminarios, con 155 alumnos. También, por primera vez, se ha permitido la inscripción de personas de fuera de ESIC, a un precio más elevado (50%) que para los actuales alumnos.

Se mantienen tres actividades: Seminarios de especialización, Prácticas de Alumnos y Taller multimedia.

3.8.5 Study Tour China

Ante la insuficiente demanda se decidió no realizarlo.

4 PROFESORADO

Puede visualizarse el claustro de profesores en el siguiente enlace:

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/>

Apartado Información Académica / Profesorado

4.1 Categoría del Profesorado.

Con la plantilla de profesorado de ESIC se puede cubrir la carga docente de los cursos de este título, y el número de horas que requieren presencia y/o participación de profesores/as para la correcta realización de las actividades formativas previstas.

Los datos pertenecientes al profesorado en el Grado de Marketing en Madrid son:

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/>

Apartado Información Académica / Profesorado

Perfil Profesorado

	2011/12	2012/13	Variación
Total Profesores de la Titulación	32	31	-3%
Licenciados/Ingenieros	32	31	-3%
Doctores	15	23	53%
Doctores Acreditados	9	14	55%
Tasa % Doctores Acreditados	60%	61%	

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

En lo referente al número total de profesores para esta titulación se ha mantenido en número cercano al año anterior viéndose reducido únicamente en 1 profesor de 32 a 31. El número de doctores en el Título se ha visto incrementado en más del 50% pasando de tener cerca del 47% profesores doctores a más del 74%, así como en Doctores acreditados.

Se mantiene un número adecuado de profesores y se asegura la continuidad de aquellos que son doctores por lo que se continúa en unos niveles del profesorado bastante adecuados.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede

4.2 Actividad investigadora

Se podrá ver mayor detalle de la investigación del año 2012/2013 en la Memoria de Investigación:

http://www.esic.edu/pdf/memoria_investigacion_2012-2013_new.pdf

Los Proyectos de Innovación y Mejora Docente por parte del profesorado de ESIC a nivel nacional son:

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

DATOS DEL PROFESORADO DE ESIC

	2011/12	2012/13	Variación
Nº Notas Técnicas Publicadas	8	9	12,5%
Nº Libros de texto/prácticas publicados	39	12	-69,2%
Nº Casos de Estudio	12	8	-33,3%
Colaboración con proyectos institucionales de Innovación y Mejora Docente	30	36	20%

*Datos del profesorado ESIC a nivel nacional. Fuente Dpto. de Investigación de ESIC

A continuación se listan los datos referentes a la Investigación del profesorado:

	2011/12	2012/13	Variación
Nº artículos publicados en Revistas científicas Nacionales	5	14	180%
Nº artículos publicados en Revistas científicas Internacionales	5	14	180%
Nº Comunicaciones en Congresos Nacionales	15	18	20%
Nº Comunicaciones en Congresos Internacionales	16	18	12,5%
Nº Proyectos de Investigación Aprobados	2	2	0%

*Datos del profesorado ESIC a nivel nacional. Fuente Dpto. de Investigación de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

El número de todos los proyectos de investigación aprobados no ha sufrido ninguna variación de un año a otro, pero por otra parte la Colaboración con proyectos institucionales de Innovación y Mejora Docente se ha visto aumentada en un 20% en este año. Los casos de estudios y libros de texto han visto reducido su número de publicaciones en el curso 12/13.

Por otro lado, los artículos publicados y el número de comunicaciones se han visto incrementado en porcentajes que van desde el 12 hasta el 180% sus números.

La labor del departamento de Investigación en ESIC continúa facilitando y apoyando a los profesores en su actividad investigadora. El objetivo de mejorar individual e institucionalmente, tanto en los resultados propios de la investigación como en los procesos docentes está dando unos resultados adecuados.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede

4.3 Calidad del Profesorado:

ESIC busca mejorar la Percepción de la Calidad del Profesorado, marcándose cuatro objetivos específicos, y un indicador de seguimiento.

En el curso 2012/13 se implanta un nuevo cuestionario bajo criterios Docencia de ANECA.

- Vinculación y Cualificación Académica.
- Incremento del sentido de fidelización del Profesorado:
 - Jornadas Anuales de Departamentos/Cursos de Verano.
 - Realización de 5 Jornadas Departamentales.
 - El número de asistentes totales asciende a 135. Y los inscritos hasta ahora al Workshop de septiembre son 30.
 - Celebradas en la primera quincena de julio 2013, salvo la Jornada Anual de MKT que es en septiembre 2013.
 - El Departamento de Idiomas mantiene dos reuniones al año, una en Madrid con los Responsables de Campus, y otra en cada Campus, con los profesores correspondientes.
- Aprendizaje del Idioma Inglés.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

- Se han establecido, en función de los niveles de responsabilidad, diferentes fórmulas operativas para la formación en inglés del profesorado.
- Para el Curso 2013/2014 el Área de Idiomas está trabajando en un plan ambicioso, para elevar el nivel de inglés de los equipos directivos y del profesorado.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Mejora continua en la calidad del profesorado con los cuatro objetivos que se marcó ESIC.

Propuestas de mejora al Indicador No procede.

4.4 Programas de Movilidad del Profesorado

En el curso 12/13 fueron 3 los profesores de Grado de Marketing que han participado en programas erasmus docencia, siendo 4 en el año anterior.

	2011/12	2012/13	Variación
Profesores con acuerdos erasmus docencia	4	3	-25%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

Se podrá ver mayor detalle de la Satisfacción de Profesores en Movilidad en el Informe del año 2012/2013:

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-de-satisfaccion-profesores-movilidad-20112012-y-20122013.pdf>

5 OTROS RECURSOS

5.1 Recursos físicos

Ver Informe de Infraestructuras año 2012/2013. Campus Pozuelo.

<http://www.esic.edu/calidad/resultados-institucional.php>

5.2 Recursos humanos (PAS)

Ver Informe de RRHH año 2012/2013. Campus Pozuelo.

<http://www.esic.edu/calidad/resultados-institucional.php>

Los cambios relacionados con el Personal Directivo decididos en la finalización del curso 2012/2013 fueron:

- Departamento de Humanidades. Se cambió el nombre del anterior departamento de Formación Humana por Humanidades, incorporando a sus materias tradicionales las relacionadas con la Sociología, la Psicología y la Historia.
- Eduardo Gómez, iniciado el curso, asumió las funciones de Director del Departamento Académico de Formación Humana, hasta la fecha dirigido por Simón Reyes Martínez-Córdova.
- Julio Alard, al inicio del nuevo curso 2013/14, se hará cargo de Director del Departamento Académico de Comunicación, pues la actual Directora, Belén López, redefine sus responsabilidades académicas, priorizando la investigación y la docencia internacional.
- José Manuel Más va a asumir la Dirección del Departamento Académico de Dirección de Empresas, responsabilidad que tenía hasta su fallecimiento Enrique Roldán.

- Daniel del Castillo sustituirá, como Coordinador Nacional de Grado, a Alicia Coronil, que va a desempeñar nuevas responsabilidades profesionales en el “Círculo de Empresarios”, manteniendo su vinculación docente con ESIC.

6 MEMORIA DE ACTIVIDADES

6.1 Actividades desarrolladas

- Se analizaron los casos recurrentes de asignaturas en las que el porcentaje de aprobados era inferior al 60% de los alumnos matriculados después de la convocatoria ordinaria y extraordinaria, y se elaboró un informe que incluyó las medidas adoptadas para solucionar la situación por parte del Director del Departamento.
 - En septiembre se hizo el correspondiente informe y se comprobó que se habían reducido el número de asignaturas afectadas.
 - En breve se realizará el correspondiente a 2012/13.
- Breve informe sobre las posibilidades de incrementar la impartición de asignaturas, cursos y titulaciones en inglés.
- Mantener o mejorar el porcentaje de carga lectiva impartida por profesores doctores en las Titulaciones Oficiales, para lo que se precisa que al menos una de cada dos nuevas contrataciones sean profesores con la titulación de Doctor. Adicionalmente, la mayoría de los nuevos profesores contratados tendrán un nivel alto de inglés. Grado de cumplimientos: 100% (en el Campus de Pozuelo).
- Fomento de la Iniciativa Emprendedora en Grado:
 - Se creó una Comisión específica, que participó en los trabajos para las Jornadas de Salamanca, y en su desarrollo posterior, y que está representada en ESIC Emprendedores.
 - En el ámbito Institucional de ESIC, nos hemos incorporado a ESPAÑA EMPRENDE y hemos establecido relaciones con MADRID EMPRENDE.
 - En el contexto de ESIC Emprendedores, se va a remodelar el Premio a la Mejor Iniciativa Emprendedora, para hacerlo más atractivo, contando con el apoyo e impulso de los profesores relacionados.
 - En los Trabajos Fin de Grado se ha incorporado un nuevo tema en las diferentes carreras, para que en todas exista la posibilidad de desarrollar Iniciativas Emprendedoras, y para que los profesores de los departamentos implicados estén alineados con el refuerzo de esta Iniciativa.

Actividades Singulares

- Igual que en años anteriores, solo se contemplan las más relevantes que no se hayan citado en los apartados anteriores, excluyendo aquellas que se engloban y recogen en la Memoria de Investigación, elaborada por la Dirección del Departamento de Investigación (Artículos, Casos; Congresos, Libros,...).
- En términos generales, tan sólo se cita la actividad sin reflejar el departamento que la ha realizado.
- Las actividades singulares se han agrupado en dos niveles, en función del enfoque principal al que se orientan: Internas y Externas.

Actividades Internas

- 2º Encuentro Anual de profesores del Departamento de Dirección de Empresas (Valencia, julio 2013).

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

- Dirección y Desarrollo de la Sección de Arte y Cultura (ESIC Alumni).
- Cursos de refuerzo para Alumnos.
- Cursos de Verano para profesores.
- Participación de directivos / profesionales / empresarios en clase y / o en conferencias especiales.
- Actividades de Outdoor Training.
- Dirección de Tesis Doctorales, así como participación en Tribunales de Tesis Doctorales.
- Creación de un Foro de Debate, mensual, sobre temas Sociales y Ética.

Actividades Externas

- Iniciativa Emprendedora en Grado. En el contexto del lanzamiento de la Unidad “ESIC Emprendedores” se contemplaron unas inversiones, ya aprobadas, para potenciar los Premios a la Iniciativa Emprendedora y los Premios a los mejores TFG con temática emprendedora, así como para mejorar la cualificación de los profesores relacionados.
- 9ª edición Premios ESIC-CREA (Aldeas Infantiles).
- 9ª edición Premios Plan de Marketing en el Sector Hotelero (CAREM)
- 5ª edición Premio ESIC a la Iniciativa Emprendedora (Caixa / Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid).
- Organización y Coordinación de la 6ª Edición Premios ESIC a la Investigación en Marketing (AEDEM 13).
- Organización y Coordinación de la 6ª Edición Premios ESIC a la Investigación en Administración de Empresas (AEDEM 13).
- Coordinación actividades de ESIC con la Asociación de Marketing de España.
- Coordinación actividades de ESIC con la Asociación Española de Marcas Renombradas, y en el Foro de Marcas Renombradas (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio).
- Participación en “Hoy es Marketing”.
- Concurso Marketing Predator, en Facebook.
- Participación en el THINK TANK de ESIC.
- Dirección y Organización actividades de Voluntariado ESIC.
- Participación en el Jurado en los Premios Nacionales de Marketing, otorgados por la Asociación de Marketing de España (2012).
- Dirección Técnica en los procesos de Acreditación y Evaluación del personal de CAJAMAR.
- Colaboración con el Instituto de Investigación GFK, para la realización de conferencias mensuales sobre Investigación de Mercados, así como la edición de un libro.
- Participación en el Diccionario de Términos Económicos y Financieros de la Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras (Área de Marketing).
- Revistas Científicas de ESIC.
- Editor en ESIC Market.
- Dos nuevos números (7 y 8) editados en aDResearch ESIC.
- Elaboración de artículos periódicos para diferentes medios de comunicación.

7 GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD EN LA TITULACIÓN

ESIC pone a disposición de sus grupos de interés los resultados de su Sistema de Calidad. Dichos resultados se ofrecen en formato institucional y de titulación.

Los resultados se agrupan en un **Informe Anual** con alcance Global o Área o Titulación. El Informe analiza el grado de desarrollo y cumplimiento de Objetivos, además de las mejoras llevadas a cabo y las propuestas para el siguiente curso académico.

En el Informe se incorporan como Anexo, las Actas de las reuniones realizadas por las comisiones o grupos de interés involucrados en el alcance.

<http://www.esic.edu/calidad/resultados-titulaciones.php>

7.1 Procedimientos (Mapa de Procesos)

ESIC cuenta con la totalidad de los procedimientos implantados y validados en su diseño por AUDIT. A continuación se muestra Mapa de Procesos del Sistema de Calidad de ESIC según las Directrices AUDIT para las áreas de alcance de AUDIT (Grado y Postgrado).

<http://www.esic.edu/calidad/mapa-de-procesos-audit.php>

Análisis de Datos y Conclusiones:

Todo el Sistema de Garantía de Calidad refleja como filosofía de trabajo la Mejora Continua. Ya en el 2006 se lanzó un Proyecto de Mejora Continua, que tenía por objetivo articular en ESIC los procesos y recursos suficientes para implantar una Política de Calidad hacia la Excelencia y ya eso marcó un camino a seguir.

El Proyecto de Mejora, enmarcado en un Sistema de Garantía de Calidad de ESIC (SGC-ESIC), tiene como propósito articular los objetivos de calidad. En este sistema se establece cómo ESIC utiliza sus órganos, reglamentos, criterios, procesos, etc. para mejorar la calidad de sus títulos, la selección y promoción de su profesorado, la planificación y el desarrollo o los resultados del aprendizaje y también cómo implicar a diferentes grupos de interés en el diseño, desarrollo, evaluación y difusión de sus actividades formativas.

Ver los resultados del Sistema de Calidad de ESIC en Informe de Revisión del Sistema de Calidad anual que se encuentra publicado en la web www.esic.edu en el Apartado Garantía de Calidad/Institucionales.

Propuestas de mejora al Indicador No procede.

7.2 Políticas

Las políticas que han sufrido modificaciones han sido:

- **POLÍTICA DE LA NORMATIVA GENERAL DE EXÁMENES DE ESIC GRADO ED- 3. 3/1 septiembre 2012**
Se actualizan fechas y convocatorias. Se elimina la opción coincidencias. Se propone convocatoria excepcional para Programa Privado. Convocatorias especiales. Se normaliza para todos los campus de grado.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

- **POLÍTICA DE LA NORMATIVA GENERAL DE EXÁMENES DE ESIC GRADO ED- 4. 4/5 noviembre 2012**
Se especifica el procedimiento de entrega de los exámenes del Profesor al Coordinador Académico de Campus, en el caso de Campus distintos a Pozuelo.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Las Políticas se han ido adecuando a las necesidades o especificaciones concretas que han ido surgiendo, en el desarrollo de las actividades afectadas por dichas políticas.

Propuestas de mejora al Indicador No procede.

7.3 Comité Académico de Titulación

La Comisión Académica de Titulación de Grado o Posgrado es el órgano responsable de la Garantía de Calidad de la Titulación.

Podrá verse más información en la web:

<http://www.esic.edu/pdf/comisiones-de-titulacion-esic-grado-13-14-ed-0.pdf>

A continuación se describen las **Actas de las Reuniones** realizadas por el Comité con: revisión de temas pendientes, temas tratados y mejoras propuestas.

Acta de Reunión de Comisión de Garantía de Calidad de Área Grado

Fecha: 27/02/2013. 15:30/16:30

Miembros de Comité (Nombre y Puesto)

Asistentes:

Segundo Huarte (Vicedecano de Grado); Anabel Arana (Coordinadora Grado)

Ramón Gómez (Adjunto a la Secretaría General); M^a Cruz Gallego (Secretaría Grado)

Profesores/Tutores: Alicia Coronil, Luis Sanchez- Villa; Julio Alard y Ruth Fernández

Alumnos por Titulación: Alexander Cuming y Sandra Sofía Blasco (TSDMK)

Ricardo Sola y Patricia Susino (ADE)

Marta Martín y Juan Molina (GRRPP)

Javier Alcahuz y Lorena Santos (GMK)

Unidad de Calidad: Gracia Serrano; María Baldonado y Teresa Freire

Temas a tratar:

Revisión de temas propuestos en la Reunión del Comité del 2011/2012:

Propuestos en el curso 2011/2012:

Nuevas mejoras a desarrollar (Mejora/Responsable/fecha realización)

- Evitar, en la medida de lo posible, programar dos horas juntas de la misma asignatura el mismo día - Adjunto a la Secretaría General - Curso 2012/13. Se ha realizado.
- Disponer del calendario de exámenes en ambas convocatorias (Diciembre y abril/mayo) con suficiente antelación - Adjunto a la Secretaría General - Curso 2012/13. Se ha realizado.
- Mejorar/aclarar a principio de curso la comunicación de la actividad y funciones del tutor respecto a los alumnos. - Vicedecano de Grado - Curso 2012/13. Se ha realizado.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

Los **temas nuevos a abordar en esta reunión**, después de haber recibido las sugerencias, serían los siguientes:

1.- Comunicación y seguimiento de las mejoras propuestas por delegados/alumnos

ACCIONES PROPUESTAS: Comunicación de Dirección Académica a los Delegados sobre los temas propuestos, cuales son aceptados y gestionados y cuales son rechazados. Así mismo, los Delegados comunicarán esta información a sus grupos. Comunicar a los Delegados, la necesidad de informar a su grupo de los temas tratados y las conclusiones a las que se haya llegado. Cerrar las reuniones con conclusiones sobre las mismas.

Igualmente, podrán informarse del seguimiento de las acciones tomadas en Coordinación.

2.- Política disciplinaria

ACCIONES PROPUESTAS: El Vicedecano insistirá con los profesores en la necesidad de mantener esta disciplina mediante la comunicación a través de los canales establecidos (Comunicación a Departamentos). En la actualidad se está elaborando la Política Disciplinaria de ESIC por parte de una Comisión creada en el Comité de Directores de Departamento.

3.- Planificación de tareas/calendario: clases; trabajos de clase; prácticas; etc

A.- Documentaciones Colgadas en eriete por los profesores **ACCIONES PROPUESTAS:** Se solicitará a los profesores, en los casos factibles, que intenten colgar todas las documentaciones juntas o intentar dar bloques de documentación si es posible, con más antelación que en la actualidad.

B.- Trabajos de Curso/Asignatura **ACCIONES PROPUESTAS:** Se propone que los delegados de cada grupo, de manera informal, sean los responsables de organizar el cronograma para el grupo (organizar fechas de actividades) donde vayan reflejando cada actividad. De esa forma el grupo tendrán un calendario que les permitirá estar más organizados con los profesores.

C.- Calendario de Exámenes: **ACCIONES PROPUESTAS:** Desde inicio de curso se recomendará a los alumnos leer con atención y profundidad el calendario académico para conocer los diferentes periodos lectivos y de exámenes existentes.

ACCIONES A EMPRENDER 2013/2014 RESPONSABLE/ ACCIÓN / PLAZO

- Vicedecano de Grado

- Comunicación de Dirección Académica a los Delegados sobre los temas propuestos, cuales son aceptados y gestionados y cuales son rechazados. Así mismo, los Delegados comunicarán esta información a sus grupos - Curso 2013/14.

- Vicedecano de Grado/Dres. Departamento

Elaboración de la Política Disciplinaria de ESIC por parte de una Comisión creada en el Comité de Directores de Departamento - Curso 2013/14

- Vicedecano de Grado/Tutores

Se propone que los delegados de cada grupo, de manera informal, sean los responsables de organizar el cronograma para el grupo (organizar fechas de actividades) donde vayan reflejando cada actividad. De esa forma el grupo tendrán un calendario que les permitirá estar más organizados con los profesores. - Curso 2013/14

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

Cada Titulación tiene una Comisión formada tal y como indica ESIC en su web dentro del apartado de Garantía de Calidad y Seguimiento del Título.

Es el órgano responsable de la Garantía de Calidad de la Titulación. Tiene como fin promover la mejora continua del programa buscando su excelencia mediante el cumplimiento de sus funciones.

Ha realizado funciones de seguimiento de propuestas del curso académico anterior, y ha propuesto nuevos temas a desarrollar para el curso 2013/2014.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede. (ver Actas de Comisión)

7.4 Reuniones otros equipos.

Tutores

A continuación se describen las Actas de las Reuniones realizadas por el Equipo de Tutores con: revisión de temas pendientes, temas tratados y mejoras propuestas.

Acta 1

Fecha: 27/09/2012

Miembros del Equipo de Mejora (Nombre y Puesto)

Directores: Director General, Decano y Vicedecano

Responsable de Calidad del Área: Teresa Freire

Otros invitados: los 2 Coordinadores Académicos, 12 Tutores .

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

- Aprobación del acta anterior (10.07.2012)

Nuevos temas tratados:

Valoración positiva del trabajo de los tutores y estudio del comportamiento de los alumnos y normas de ESIC.

Se reflejaron datos de las matriculaciones del año académico y del voluntariado de la escuela. Por último también se hizo hincapié en la cercanía con los alumnos de primer curso y el apoyo que podían ser los Alumno-Guía.

Conclusiones:

Se están haciendo las cosas bien en todo lo relacionado con el alumno de la escuela, se tratan temas por todos los asistentes y todo se refiere al convencimiento de que este es el camino para mejorar las relaciones del alumno con ESIC.

Nuevas mejoras a desarrollar (Mejora/Responsable/fecha de realización)

- Se trabaja en propuestas para mejorar el ratio de aprobados en aquellas asignaturas donde el número de éstos está por debajo del 60%.
- Lanzamiento de "Premios a la Excelencia" para premiar el desarrollo académico de los alumnos de ESIC. Existen tres categorías de premios y las bases se colgarán en ERIETE. Al mismo tiempo, se está elaborando una guía para que los tutores informen a los alumnos sobre estos premios.
- Puesta en marcha de los cursos "0" para reforzar las asignaturas de Matemáticas y Contabilidad.
- seguir trabajando en la reducción de la tasa de abandono por parte del alumnado. Como novedad, a partir del curso 2012/13, todo alumno que desee abandonar sus estudios en ESIC deberá hablar previamente con Coordinación Académica o con su Tutor. Sin este requisito, no se hará efectiva la baja del alumno en Secretaría.
- Aumentar el sentido de pertenencia del profesor en ESIC. Para ello, entre otras actividades, se realizará una encuesta de satisfacción del profesorado al final del curso 2012/13.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

Acta 2

Fecha: 12/02/2013

Miembros del Equipo de Mejora (Nombre y Puesto)

Directores: Director General, Decano y Vicedecano

Responsable de Calidad del Área: Teresa Freire

Otros invitados: Anabel Arana, 11 tutores

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

- Aprobación del acta anterior (27.09.2012)

Nuevos temas tratados:

Se destacaron temas relevantes de la reunión de Decanos de EFMD en Estambul y el "Open Day" celebrado en ESIC.

Otros temas tratados fueron los alumnos ERASMUS, el cambio de metodología de la encuesta de profesores, plan de Acción Tutorial, elaboración de un documento sobre la empleabilidad.

También se trataron temas sobre alumnos gracias a la información recopilada por los tutores y se destacó la importancia del inglés tanto para alumnos como para profesores.

Conclusiones:

Felicitaciones a los tutores por su labor durante el curso, este seguimiento que hacen sirve para que los alumnos no se vean solos en sus primeros años de carrera.

Nuevas mejoras a desarrollar (Mejora/Responsable/fecha de realización)

No procede.

Acta 3

Fecha: 16/07/2013

Miembros del Equipo de Mejora (Nombre y Puesto)

Directores: Director General, Decano y Vicedecano

Responsable de Calidad del Área: Teresa Freire

Otros invitados: Anabel Arana, Javier Uruñuela, 11 tutores

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

- Aprobación del acta anterior (12.02.2013)
- Se entregó en su momento el Plan de Acción Tutorial
- Incorporación normas de disciplina que se incluirán en las Guías Académicas

Nuevos temas tratados:

Se informa sobre las matriculaciones hasta la fecha, se felicita por los Cursos de Verano para tutores, simplificamos la normativa y operatividad en cuanto a los pase de curso y valoramos los Premios a la Excelencia como un éxito.

La escuela elabora un Manual de Bienvenida para los nuevos alumnos y fija fecha para el Claustro de profesores. Del mismo modo se diseña un programa para los alumnos con problemas en los hábitos de estudio.

Los syllabus sufren una actualización conforme a los requerimientos exigidos por ANECA y DOCENTIA.

Comentarios y datos por parte de los tutores de sus grupos y expulsiones por parte de la escuela a alumnos problemáticos

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

Conclusiones:

- Felicitaciones a los tutores por su labor durante el curso, y les recuerdan la importancia de los profesores en lo referente al grado de autoridad ante los alumnos.

Nuevas mejoras a desarrollar (Mejora/Responsable/fecha de realización)
No procede.

Delegados

Las actas están en el Área Académica de Grado Responsabilidad del Vicedecano de Grado.

7.5 Evaluación del Aprendizaje

La Evaluación Continua se ha homogenizado bastante, asumiéndose por todos que se aplica tanto en la Convocatoria Ordinaria como en la Extraordinaria.

- Se actualizó y homogenizó toda la normativa académica para la Evaluación Continua, estableciéndose el correspondiente Documento, que también fue distribuido a nivel departamental. Es de cumplimiento obligatorio.
- Se han establecido 11 fórmulas alternativas, combinando las Pruebas Escritas, Trabajos Obligatorios y Participación Activa. Cada Director de Departamento, junto con el Coordinador de la Asignatura y los diferentes profesores, deben decidir cuál de las alternativas se utiliza en la asignatura.
- La Evaluación Continua implica más trabajo para el profesor, también para los alumnos, pero genera, a su vez, muchos mejores resultados académicos.
- Iniciativas para Asignaturas con <60% y <40% Aprobados.
 - Se ha constatado que cada año desciende el número de asignaturas con bajos índices de aprobados.
 - En los Grados Oficiales las estadísticas están por debajo del 7%, mientras que en el Título Propio nos encontramos con ratios del 28%. En total Grado existe un 12%, 3 puntos menos que hace un año (15%).
 - Los departamentos afectados propusieron y llevaron a cabo iniciativas para mejorar los resultados académicos.
 - También se estuvo trabajando un plan de recuperación de asignaturas pendientes de planes anteriores, con buenos resultados en Zaragoza, y, también en Pozuelo, aunque en este último Campus, con buenos resultados solo para alumnos muy concretos.

7.5.1 Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento

2011-12			2012-13		
TASA DE PRESENTACIÓN	TASA DE SUPERACIÓN	TASA DE RENDIMIENTO	TASA DE PRESENTACIÓN	TASA DE SUPERACIÓN	TASA DE RENDIMIENTO
90,72%	88,02%	79,85%	89,90%	89,2%	80,10%

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

7.5.2 Análisis Evaluación del Aprendizaje

Curso	Asignatura	Matriculados	Aprobados	Suspensos	No Presentados	Presentados
1	Derecho Civil	98	67	31	12	86
1	Estadística Aplicada al Marketing	136	56	80	57	79
1	Historia de la Cultura Comercial y Sociedad	94	85	9	8	86
1	Historia Económica y del Marketing	82	81	1	0	82
1	Informática Aplicada al Marketing	88	67	21	10	78
1	Introducción a la Empresa	80	79	1	0	80
1	Introducción al Marketing	98	68	30	12	86
1	Marketing y Técnicas de Comunicación	103	95	8	2	101
1	Matemáticas Empresariales	162	76	86	37	125
1	Sociología de la Empresa	92	83	9	4	88
2	Análisis Económico-Financiero en Marketing I	99	86	13	8	91
2	Análisis Económico-Financiero en Marketing II	123	94	29	22	101
2	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	120	83	37	10	110
2	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado	105	83	22	5	100
2	Dirección Estratégica	131	85	46	11	120
2	Economía I: Microeconomía	127	103	24	11	116
2	Economía II: Macroeconomía	139	61	78	40	99
2	Inglés IV - Idioma Moderno	105	86	19	13	92
2	Marketing Estratégico	104	94	10	6	98
2	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing	106	93	13	6	100
2	Psicología Aplicada al Marketing	118	98	20	8	110
2	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo	113	100	13	6	107
3	Comportamiento del Consumidor	62	59	3	2	60
3	Dirección de Ventas	62	50	12	7	55
3	Investigación de Mercados I	66	55	11	4	62
3	Investigación de Mercados II	74	63	11	8	66
3	Marketing Industrial y de Servicios	64	62	2	2	62
3	Marketing Relacional, Directo e Interactivo	67	64	3	2	65
3	Marketing y Sistemas de Información Aplicados	74	63	11	4	70
3	Política de Comunicación	62	60	2	2	60
3	Política de Distribución	71	64	7	2	69
3	Política de Precios y Costes	75	49	26	8	67
3	Política de Producto	71	64	7	2	69
3	Técnicas de Negociación Comercial	68	65	3	2	66
4	Análisis y Previsión de Ventas	61	56	5	4	57
4	Dirección de Recursos Humanos	59	52	7	1	58
4	Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior	61	60	1	1	60
4	Marketing y Dirección de Comunicación	61	59	2	2	59
4	Plan de Marketing	60	59	1	1	59
4	Prácticas Externas	62	57	5	5	57
4	Seminario de Informática (Reconocimiento de Créditos)	62	53	9	5	57
4	Trabajo Fin de Grado	61	45	16	16	45

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

7.5.3 Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación)

Curso	Asignatura	T RENDIMIENTO	T SUPERACIÓN	T PRESENTACIÓN
1	Derecho Civil	68,4	77,9	87,8
1	Estadística Aplicada al Marketing	41,2	70,9	58,1
1	Historia de la Cultura Comercial y Sociedad	90,4	98,8	91,5
1	Historia Económica y del Marketing	98,8	98,8	100,0
1	Informática Aplicada al Marketing	76,1	85,9	88,6
1	Introducción a la Empresa	98,8	98,8	100,0
1	Introducción al Marketing	69,4	79,1	87,8
1	Marketing y Técnicas de Comunicación	92,2	94,1	98,1
1	Matemáticas Empresariales	46,9	60,8	77,2
1	Sociología de la Empresa	90,2	94,3	95,7
2	Análisis Económico-Financiero en Marketing I	86,9	94,5	91,9
2	Análisis Económico-Financiero en Marketing II	76,4	93,1	82,1
2	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	69,2	75,5	91,7
2	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado	79,0	83,0	95,2
2	Dirección Estratégica	64,9	70,8	91,6
2	Economía I: Microeconomía	81,1	88,8	91,3
2	Economía II: Macroeconomía	43,9	61,6	71,2
2	Inglés IV - Idioma Moderno	81,9	93,5	87,6
2	Marketing Estratégico	90,4	95,9	94,2
2	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing	87,7	93,0	94,3
2	Psicología Aplicada al Marketing	83,1	89,1	93,2
2	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo	88,5	93,5	94,7
3	Comportamiento del Consumidor	95,2	98,3	96,8
3	Dirección de Ventas	80,6	90,9	88,7
3	Investigación de Mercados I	83,3	88,7	93,9
3	Investigación de Mercados II	85,1	95,5	89,2
3	Marketing Industrial y de Servicios	96,9	100,0	96,9
3	Marketing Relacional, Directo e Interactivo	95,5	98,5	97,0
3	Marketing y Sistemas de Información Aplicados	85,1	90,0	94,6
3	Política de Comunicación	96,8	100,0	96,8
3	Política de Distribución	90,1	92,8	97,2
3	Política de Precios y Costes	65,3	73,1	89,3
3	Política de Producto	90,1	92,8	97,2
3	Técnicas de Negociación Comercial	95,6	98,5	97,1
4	Análisis y Previsión de Ventas	91,8	98,2	93,4
4	Dirección de Recursos Humanos	88,1	89,7	98,3
4	Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior	98,4	100,0	98,4
4	Marketing y Dirección de Comunicación	96,7	100,0	96,7
4	Plan de Marketing	98,3	100,0	98,3
4	Prácticas Externas	91,9	100,0	91,9
4	Seminario de Informática (Reconocimiento de Créditos)	85,5	93,0	91,9
4	Trabajo Fin de Grado	73,8	100,0	73,8

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

Las tasas relevantes en la evaluación del aprendizaje no han sufrido modificaciones considerables al no alcanzar variaciones de más del 1,5%. Las asignaturas con mayor tasa de rendimiento fueron Historia Económica y del Marketing, Introducción a la Empresa, Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior y Plan de Marketing, las cuales alcanzaron un índice de aprobados destacado. Macroeconomía y Estadística Aplicada al Marketing fueron asignaturas que no alcanzaron el 50%.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

7.6 Gestión de sugerencias y reclamaciones

El Proyecto de Mejora Continua en ESIC es un proyecto que implica a todos, desde los estudiantes/participantes, profesores, empresas, personal de ESIC, proveedores, etc., a todos los grupos de interés vinculados con ESIC.

http://www.esic.edu/calidad/buzon_virtual.php

Proceso de reconocimiento y sugerencias: http://www.esic.edu/calidad/pdf/proceso_sugerencias_E.pdf

Algunas de las mejoras llevadas a cabo en ESIC y surgidas a través o bien del Buzón Virtual, o de las propias reuniones de mejora del área por parte de los alumnos, se exponen a continuación:

7.6.1 Reconocimientos por Área/Titulación (Quejas, Felicidades o Sugerencias)

Reconocimientos

		2011/12	2012/13	Variación
Área Académica	Nº Sugerencias	0	0	0%
	Nº Felicidades	0	0	0%
	Nº Quejas	0	0	0%
Área Gestión	Nº Sugerencias	0	1	100%
	Nº Felicidades	1	0	-100%
	Nº Quejas	3	1	-66,6%
TOTAL	Nº Sugerencias	0	1	100%
	Nº Felicidades	1	0	-100%
	Nº Quejas	3	1	-66,6%

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

No se han gestionado un número elevado de sugerencias, quejas ni felicidades, pero todas las que fueron recibidas se contestaron en los plazos que se reflejan en la Política de Reconocimientos de ESIC.

En general el número de quejas fue reducido en un 66,6%.

Su objetivo es ofrecer un medio de comunicación abierto ininterrumpidamente a todos los grupos de interés, dónde expresar opiniones, iniciativas, propuestas de mejora, en definitiva, cualquier aspecto relacionado con ESIC y desde aquí poder dar respuesta y su explicación a cada una de ellas.

Propuestas de mejora al Indicador

Mejora: Aumentar la comunicación de la existencia del Buzón Virtual Danos tu opinión entre todos los grupos de interés del Campus.

Causa: No ha existido ninguna solicitud en el 2012/2013.

Acciones a Desarrollar: Acciones de comunicación desde el Área Unidad de Calidad vía mail y vía presentación en aula.

Responsables: Unidad de Calidad y Responsable de Calidad de Campus Valencia.

Tiempo Realización: 13/14

Código: 2013.MEMORIA.GRADO.001

7.7 Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés

7.7.1 Satisfacción de los Alumnos

Satisfacción con el profesorado

Se ha buscado mejorar el nivel de respuesta de los alumnos en las Encuestas de Satisfacción, por Titulaciones y Campus, con un objetivo y un indicador de seguimiento.

Media global de 7,5.

Satisfacción con la titulación

Se ha alcanzado una valoración final superior al 5 en el Grado Oficial y casi un 6 en la Doble Titulación en las encuestas de valoración sobre la titulación, destacándose por parte de los alumnos la Formación Integral, los resultados del programa y sobre todo el personal docente que forma parte del programa.

Las infraestructuras alcanzaron un 5,6 y la atención al estudiante es el apartado que debe mejorar al no haber alcanzado el 4

Los datos analizados en conjunto del Grado Oficial y el Título Propio, mejoraron en casi todos los apartados hasta la nota final del 6.

La tasa de respuestas alcanzó el 24% en el Grado Oficial y casi el 15% en la Doble Titulación.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Debido al cambio de Modelo de Encuestas cumpliendo con los requisitos del Programa Docencia, se produce una rotura de las series históricas en la evaluación del Profesorado.

Poca y desigual participación. No representatividad de resultados, se debe acotar quien puede contestar y actualizar el cuestionario. Establecer mecanismos para aumentar respuestas de los cuestionarios, según el nuevo Programa Docencia que se implanta en el curso 2013/2014.

Propuestas de mejora al Indicador

Mejora: Aumentar participación en las encuestas por parte del alumnado y adecuado a los requisitos del Programa Docencia.

Causa: Baja participación del alumnado.

Acciones a Desarrollar: Acciones de comunicación y nuevo plan de encuestas bajo nueva plataforma de encuestas.

Responsables: Secretaria General (plataforma), Vicedecano de Grado.

Tiempo Realización: 13/14

Código: 2013.MEMORIA.GRADO.002

7.7.2 Satisfacción de Egresados

ESIC tiene en proceso el lanzamiento de un plan de encuesta para la satisfacción del egresado de 2013/14. Su lanzamiento y recepción de datos permitirá conocer las motivaciones y pensamientos de sus alumnos al salir de la escuela.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Sin datos.

Propuestas de mejora al Indicador No procede.

7.7.3 Satisfacción de Personal Docente

En el informe anual de Recursos Humanos se ofrece información más completa sobre estas valoraciones.

Ver Informe de RRHH año 2012/2013. Campus Pozuelo.

<http://www.esic.edu/calidad/resultados-institucional.php>

Durante el curso 2012/2013 se ha diseñado e implementado una prueba piloto de **Encuestas dirigidas a Profesores** de todo el área de Grado, y que se ha desarrollado por una comisión compuesta por dos Directores de Departamento y el Vicedecano.

- La participación ha sido del 62% y no ha habido ningún Campus por debajo del 40%, porcentaje mínimo establecido.
- Se va a remitir a los Campus los resultados, y se comentarán en los diferentes claustros las conclusiones más significativas.
- Consideramos muy positivo el trabajo realizado y la vía que hemos abierto en este ámbito hasta ahora inexistente, así como las opciones de mejoras que nos plantean las respuestas recibidas.

Conclusiones

- Participación del 62%, por encima a la estimada en el diseño de la prueba piloto.
- Elevada desviación típica en varias preguntas, por encima de 2,5, en el campus de Pozuelo. Cualquier resultado con desviación típica superior a 2,0 puede no ser representativo.
- De las 18 preguntas del cuestionario, en media global, 4 están por encima de 8, 7 por encima de 7, 5 por encima de 6 y 2 por encima de 5.
- En el campo A (Profesorado) la media ha sido de 7,2, para el B (Esic) la media ha sido de 7,4, y en C (Alumnado) la media ha sido del 6,8. La media global se ha situado en el 7,2.
- El trabajo realizado para la prueba piloto se considera bastante positivo y nos permite afrontar con cierta experiencia el proceso formal a realizar con la Plataforma Operativa de ESIC.
- Es importante profundizar en las posibles causas de las desviaciones típicas superiores a 2,0
- Es necesario analizar en detalle los resultados inferiores a 6,5 y actuar en consecuencia.

Encuestas de Satisfacción

Se ha realizado a través del *Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCOS 2012)*, recogiendo la opinión de los Trabajadores de ESIC, incluido los puestos docentes, y se ha estudiado en función de la importancia y satisfacción para el empleado teniendo en cuenta las diferentes categorías profesionales.

Se preguntó sobre tres grandes bloques como son la **calidad laboral**, la **marca empleador** y la **reputación interna** de la empresa.

En lo referente a **calidad laboral**, ESIC obtiene valoraciones siempre superiores al 6 y en algunos casos con notas cercanas al 7,5 siendo la importancia media para los empleados del 8.

La **marca empleador** es el apartado donde la escuela recibe sus mejores calificaciones ya que ronda calificaciones superiores al 8 en casi todas las cuestiones. Más importante aun cuando es uno de los pilares para los empleados.

Quedan reflejados los valores éticos y profesionales de la empresa en la **reputación interna** valorándose con notas que van del 6,75 hasta el 8,3.

Análisis de Datos y Conclusiones:

La valoración recibida por el personal docente de la escuela refleja la importancia de mantener un ambiente laboral adecuado donde todos los empleados sientan esa cercanía y buena apreciación de las prácticas que hace su empresa.

La encuesta de clima laboral reflejó el trabajo como muy adecuado y ayudó a detectar indicadores sobre los que seguir trabajando.

Propuestas de mejora al Indicador No procede.

7.7.4 Satisfacción de Personal No Docente

Se ha realizado a través del Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCOS 2012), recogiendo la opinión de los Trabajadores de ESIC, y se ha estudiado en función de la importancia y satisfacción para el empleado teniendo en cuenta las diferentes categorías profesionales.

Se preguntó sobre tres grandes bloques como son la **calidad laboral**, la **marca empleador** y la **reputación interna** de la empresa.

En el informe anual de Recursos Humanos se ofrece información más completa sobre estas valoraciones.

Ver Informe de RRHH año 2012/2013. Campus Pozuelo.

<http://www.esic.edu/calidad/resultados-institucional.php>

Como conclusión al estudio MERCOS, la **calidad Laboral** refleja la menor importancia que se da al sueldo, aumentado a la vez el desarrollo profesional junto a buenas relaciones con mandos intermedios y las diferentes acciones de conciliación de la vida personal y laboral.

Como **marca empleador**, ESIC recibe en los aspectos de buena imagen y reputación, atracción de talento, recomendación como lugar de trabajo y empresa exitosa en su actividad valoraciones en su mayoría superiores al 8, lo que demuestra lo bien que se están trabajando en estos apartados.

La **reputación interna**, alcanza sus máximas puntuaciones en la identificación con el proyecto empresarial al puntuarse con un 8,5, estando muy cercano a esta nota los valores éticos y profesionales y el orgullo por formar parte de la empresa. Estar rodeados de altos directivos profesionales y con buena reputación y las oportunidades de desarrollo iguales entre hombres y mujeres rondan puntuaciones del 7.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Las calificaciones de satisfacción obtenidas del personal no docente de la empresa, muestra buenos datos sobre el día a día en ESIC, incluso mejorando en algunos de los casos.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

7.7.5 Satisfacción Agentes Externos

A través de los representantes externos en las Comisiones de titulación, las evaluaciones externas realizadas por ANECA, ACAP, y evaluadores ISO 9001:2008, junto al Consejo Asesor de ESIC, representado por Directivos de Empresas de reconocido prestigio internacional y nacional, se realiza una revisión continuada de expertos que apoyan la calidad del programa.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Un nivel muy adecuado de seguimiento y aceptación del Título por todos los agentes externos que han participado de su análisis y seguimiento.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

7.7.6 Satisfacción Prácticas Profesionales

A través del plan de encuestas se buscará conocer los datos en un corto plazo, ya que los resultados deberían estar obtenidos para el curso 2013/ 2014.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Para ESIC es muy importante conocer los datos de satisfacción de sus alumnos en la realización de sus prácticas y es por ello que se puso en marcha en la recogida de datos para su informe y valoración de aspectos relevantes.

Propuestas de mejora al Indicador:

Mejora: Plan de Encuestas a Alumnos de Prácticas Profesionales, Tutores Externos y Tutores Académicos.

Causa: necesidad de análisis de las prácticas profesionales por parte de todos los grupos de interés

Acciones a Desarrollar: Plan de Encuestas

Responsables: Dirección de Dpto. de Prácticas Profesionales.

Tiempo Realización: 2013/2014

Código: 2013.MEMORIA.GRADO.005

7.7.7 Satisfacción Programas de Movilidad

La información sobre la satisfacción de los alumnos en Programas de Movilidad está disponible en la web de ESIC:

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/resultados-de-satisfaccion-alumnos-respecto-a-programas-movilidad-20122013.pdf>

8 RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA (PROPIOS Y OFICIALES). Grado de implantación.

ESIC solicita Evaluaciones externas con carácter voluntario/obligatorio a Organismos de Certificación o Acreditación Internacionales Oficiales o Privados. Las Evaluaciones cuentan con un proceso inicial de análisis de la documentación, con posterior auditoría presencial, y finalizan con elaboración y comunicación del Informe de Evaluación.

Como consecuencia de las Evaluaciones externas, ESIC recibe aportaciones relevantes de mejora por parte de expertos académicos y/o profesionales de la Mejora de Gestión de la Calidad. Además, ESIC recibe el reconocimiento mediante la obtención de Certificado o Acreditación del Modelo de Referencia sobre el que ha sido evaluado. (Ver apartado Certificaciones y Acreditaciones).

A continuación se detallan las solicitudes de acciones correctivas o mejoras propuestas con origen ANECA y ACAP:

INFORME DEL DISEÑO DE ANECA 2009

No se recogen ninguna solicitud de mejora.

INFORME DE SEGUIMIENTO DE ACAP 2012

A continuación se desglosan las advertencias y recomendaciones y el grado de implantación de los mismos.

Información pública ofrecida por el título en su página web

- El título no consta como verificado para su implantación en este centro en el momento de la evaluación.

Grado de Implantación: La evaluación resultó favorable como indica la evaluación de la Aneca. http://srv.aneca.es/ListadoTitulos/sites/default/files/informes/verificacion/InformeFinal_1087-2009.pdf

- La información puede conducir a error respecto a los créditos que tiene que cursar el estudiante en el Grado y los adicionales correspondientes a las materias de realización obligatoria pero que no forman parte de su currículo oficial. Se debe clarificar esta información.

Grado de Implantación: En la web ya se publica diferenciados los créditos correspondientes a las asignaturas oficiales respecto a las del título propio. <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/>

- No existe ajuste entre lo recogido en la memoria del título y lo que se está desarrollando en cuanto a guías docentes, número de plazas ofertadas, criterios de acceso, etc.

Grado de Implantación: Se procede a la revisión de todos los aspectos que se mencionan en la Memoria y los documentos publicados en web y otros canales. Todas las desviaciones se irán corrigiendo y quedarán subsanadas en el curso 2013/2014.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

Información pública

- El título no consta como verificado para su implantación en este centro en el momento de la evaluación.

Grado de Implantación: La evaluación resultó favorable como indica la evaluación de la Aneca. http://srv.aneca.es/ListadoTitulos/sites/default/files/informes/verificacion/InformeFinal_1087-2009.pdf

- No se evidencia de forma adecuada en la web la adscripción del Centro a la Universidad Rey Juan Carlos. Se recomienda corregir esta deficiencia.

Grado de Implantación: Queda indicado en la página principal del título <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/>

- Las guías docentes no siempre se adecuan a los objetivos formulados en la memoria de verificación.

Grado de Implantación: Nueva edición de los syllabus actualizando todos estos apartados como se indica en el punto 3.1 de este informe.

- Los convenios no se corresponden con los referidos en la memoria de verificación y no se concreta cómo se materializarán. Se proporciona una nutrida relación de empresas con convenio, pero no se informa de los criterios de asignación de los alumnos y del número de plazas disponibles por empresa. Se recomienda su clarificación.

Grado de Implantación: En la página web <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/>, en el apartado de Prácticas Profesionales se dispone del Reglamento de Prácticas Académicas Externas de los Estudiantes Universitarios de ESIC.

- Aunque aparece una relación de los profesores no se indica su categoría académica. Se recomienda especificar

Grado de Implantación: Como indicamos en el apartado 4.1 de este informe accediendo al apartado de profesorado de la titulación en la web podríamos ver la categoría académica de cada uno.

- En cuanto al sistema de garantía de calidad no existe coincidencia entre lo recogido en la Memoria de Verificación y lo efectivamente realizado. Se debería adaptar el sistema que se considere más adecuado y hacer los trámites para la modificación de la memoria de verificación.

Grado de Implantación: Se pone a disposición de los grupos de interés el Sistema de Calidad de ESIC, según Directrices Audit, y otra según Mapa de procesos por Área Académica de ESIC.

<http://www.esic.edu/calidad/procedimientos.php> Toda la información publicada referente al SGIC de ESIC se recoge en la nueva edición del apartado de Garantía de Calidad en la web www.esic.edu/calidad

- Se recomienda adaptar la información sobre transferencia y reconocimiento de créditos al Real Decreto 1618/2011 de 14 de noviembre sobre Reconocimiento de Estudios en el ámbito de la Educación Superior.

Grado de Implantación: ESIC como centro adscrito a la Universidad Rey Juan Carlos, se rige por el Acuerdo de aprobación de la Normativa de Reconocimiento y Transferencia de Créditos de los Títulos Oficiales de Grado y Máster de la URJC como se indica en el apartado 2.4 de este informe. Se puede consultar en el siguiente enlace: http://www.esic.edu/pdf/normativa_reconocimiento_de_creditos.pdf

Autoinforme

- Existen discrepancias entre el número de plazas de nuevo ingreso recogidas en la Memoria Verifica (75) con las ofertadas por el Centro (100).

Grado de Implantación: Tal y como se justifica en el punto de este informe 2.3 Justificación del Título, se ha tenido un aumento de las plazas ofertadas con respecto a la Memoria autorizado por la URJC para dar respuesta a la demanda que se ha tenido en el título.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

- Se recomienda extender la recogida de información a otros colectivos, principalmente a profesores, PAS y personal externo que participen en la docencia, así como ampliar la información sobre las fuentes de recogida de información en el caso de los alumnos.

Grado de Implantación: Ya se dispone de la información en la web www.esic.edu/calidad en el apartado Procedimientos y Resultados del Sistema, ofreciendo información de procedimientos de recogida de información, así como los resultados de la recogida de información de los diferentes colectivos en Informes Institucionales así como de Titulación, respectivamente.

- Explicitar los procedimientos para la obtención de los resultados de las reuniones llevadas a cabo para la coordinación del título, realizando un análisis de los contenidos para evitar repeticiones en lo impartido en las diferentes asignaturas.

Grado de Implantación: A través de las reuniones de Directores de Departamento con los Profesores del Departamento, y del puesto de responsabilidad Coordinador de Asignatura se evitan las descoordinaciones entre asignaturas, tanto dentro del mismo departamento académico como entre departamentos académicos distintos.

- Efectuar un análisis de los resultados obtenidos en las encuestas de satisfacción de los colectivos implicados tanto en los programas de movilidad como en la implantación del título, indicándose los procedimientos seguidos para la obtención de esos resultados.

Grado de Implantación: Se puede acceder a los informes de los análisis de movilidad y de alumnos de grado en la web <http://www.esic.edu/calidad/resultados-institucional.php>

- Se recomienda profundizar más en los mecanismos de evaluación de la calidad de la docencia del título.

Grado de Implantación: Ya se dispone de la información en la web www.esic.edu/calidad en el apartado Docencia. Además, el modelo de evaluación ha sido aprobado por ANECA bajo su Programa Docencia. Su puesta en marcha es 2013/2014.

- Es conveniente ofrecer el análisis de los datos aportados acerca del funcionamiento del sistema de quejas y reclamaciones.

Grado de Implantación: Se dispone del Procedimiento de Reconocimiento de Sugerencias en http://www.esic.edu/calidad/pdf/proceso_sugerencias_E.pdf y del Resultado del mismo anualmente tal y como se publica y rinde cuentas en el Informe <http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-de-resultados-reconocimientos-y-sugerencias-20122013.pdf>

- Analizar las implicaciones del cambio de semestralidad de alguna asignatura al afectar a la carga docente de los alumnos, pues se descompensan los semestres del primer y segundo cursos.

Grado de Implantación: la movilidad de materias en el plan de estudios es responsabilidad de la URJC. Desde el Campus de ESIC se aplica el Plan de Estudios que propone la URJC y es revisado y aprobado por ANECA.

A CONTINUACIÓN SE DETALLAN LAS SOLICITUDES DE ACCIONES CORRECTIVAS O MEJORAS PROPUESTAS CON ORIGEN INFORMES DE AUDITORIA INTERNA Y EXTERNA BAJO LA NORMA ISO 9001:2008

- Falta poner la fecha de evaluación en algunas fichas de los proveedores. Cuestión puntual.

Grado de Implantación: Se revisan todas las fichas de proveedores para completar la fecha en las que faltaban

- Falta el Plan de Formación del área para el curso 2012/13

Grado de Implantación: El Plan de formación se realiza a finales de mayo de 2013

- No ha sido posible localizar el contrato del proveedor de la plataforma de gestión de Prácticas y Carreras: Infoempleo.

Grado de Implantación: Tras meses de búsqueda se sigue sin encontrar dicho contrato y tan sólo se ha ubicado la propuesta inicial. Se sugiere pedir una copia al proveedor.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

- En el curso 2012/13 no se ha cumplido el procedimiento de prácticas asociadas a becas. Desde la Secretaría General, no se ha comunicado al Dpto. de Prácticas, el listado de alumnos becados y la cuantía de dicha beca, para que el Dpto. de prácticas pudiera gestionar el seguimiento de las acciones de dichos becarios

Grado de Implantación: revisión del procedimiento de BECAS, y de quién debe comunicar la lista de becados que deben hacer una colaboración en la Escuela una vez se haya asignado las becas.

- No se puede evidenciar un informe de impacto de las acciones de captación de Grado ni su coste (seguimiento) económico

Grado de Implantación: Se diseñará un formato para recoger información que sirva para analizar el impacto de cada campaña

- Faltan hojas de pedido de profesores que han solicitado libros a la biblioteca. No se documenta el pedido formalmente.

Grado de Implantación: Se deberá evidenciar el movimiento de libros en soporte electrónico o papel. Revisar el procedimiento.

- Indicar un Código de Edición en los folletos digitales y papel.

Grado de Implantación: El Dpto. de Marketing de ESIC ya realiza seguimiento de los folletos con la impresión de la fecha de edición en ellos.

- No existe Diseño de Programa del curso de Alemán para principiantes/ adultos que se ha empezado a impartir en Octubre de 2012.

Grado de Implantación: Ya existe.

Ver: http://www.esic.edu/calidad/proyectos_de_evaluacion.php

9 PROPUESTAS DE MEJORA PARA CURSO SIGUIENTE

ESIC desarrolla proyectos de mejora para la consolidación de los niveles de calidad que hagan de nuestros participantes, personas que puedan desarrollar una vida personal y profesional de primer nivel.

Para el desarrollo de estos Proyectos colaboran participantes/estudiantes, empresas, proveedores, y personal de ESIC.

http://www.esic.edu/calidad/proyectos_de_mejora.php

9.1.1 Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2012/2013

Las mejoras que se han implantado durante este año son:

- Al inicio del curso se trasladaron a ERIETE los procedimientos y procesos de la asignatura “Trabajo Fin de Grado”, con su correspondiente Calendario, identificándose el equipo que iba a coordinar todas las actividades.
- Se diseñaron y llevaron a cabo los Seminarios Metodológicos, tanto en Madrid y Valencia para 4º, como en los otros 4 Campus, para aquellos alumnos de 3º que no iban a continuar sus estudios.
- También se celebró una Reunión de Tutores al efecto de explicar los aspectos críticos a tener en cuenta en el desarrollo de los Trabajos.
- También se diseñó el máster pre-experience en “International Marketing Management and International Business”, bilingüe (65% en inglés y 35% en castellano), contemplando una estancia internacional de dos semanas en Shanghai, en formato opcional. Finalmente, y ante la escasa demanda de matrículas, se decidió no ponerlo en marcha.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2012/13 ESIC Business & Marketing School

9.1.2 Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2013/2014

Las mejoras que se han para el propuesto para el año son:

- Mejorar la asistencia de los profesores a las reuniones departamentales en Campus, así como la relación entre los profesores del Campus, y con los profesores de la misma asignatura de otros Campus.
- Aumentar un 5% el número de alumnos nuevos en 1º curso.
- Apoyar y avanzar, desde Grado, en las Líneas estratégicas de ESIC: Global Business Competence y ESIC Emprendedores.
- Para el nuevo curso 2013/2014 se ha tenido en cuenta tanto el 5º año de implantación de Bolonia como los planteamientos derivados del Plan 2013 para la Titulación Propia, identificándose cinco Líneas Prioritarias de Desarrollo, detallándose para todas ellas una serie de actividades derivadas que habrá que implementar con su programación correspondiente.
- De cara a 2013/14 es necesario reajustar procedimientos, en base a las experiencias adquiridas este primer ejercicio. Básicamente:
 - Anticipar todo el proceso en el tiempo, estableciendo fechas tope para la elección de temas.
 - Incorporar una 4ª opción por título, contemplando siempre la posibilidad del desarrollo de una Iniciativa Emprendedora.
 - Realizar un seguimiento más cercano de la labor de los Tutores.
- En 2013/14 contemplamos 4 grupos íntegramente en inglés y un grupo adicional, el 2º cuatrimestre. La oferta se ha duplicado con relación a 2012/13.

10 CUADRO DE INDICADORES

Ver información sobre indicadores en:

http://www.esic.edu/pdf/resumen_de_indicadores_grpp_12_13.pdf