



ESIC Business & Marketing School

INFORME ANUAL DE TITULACIÓN
Grado Oficial en Marketing (GRMK)
CURSO ACADÉMICO 2013/14
Comisión de Titulación
Campus Madrid

Fecha Aprobación del Informe
por parte de la Comisión de Titulación:
24/07/2015

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 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	12
3.3	Información relativa a la extinción del plan antiguo.....	12
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.....	16
3.7.1	Ratios de Inserción por Actividades Profesionales	17
3.8	Otros	18
3.8.1	Premios a la Excelencia	18
3.8.2	Seguimiento muy cercano alumnos 1ºy 2º Cursos	18
3.8.3	Participación de alumnos en los diferente Concursos y Premios	18
3.8.4	Aula Multimedia	19
4	PROFESORADO	20
4.1	Categoría del Profesorado.....	20
4.2	Actividad investigadora	21
4.3	Calidad del Profesorado:	22
4.4	Programas de Movilidad del Profesorado	23
5	OTROS RECURSOS	24
5.1	Recursos físicos	24
5.2	Recursos humanos (PAS)	25
6	MEMORIA DE ACTIVIDADES.....	26

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

6.1	Actividades desarrolladas	26
7	GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD EN LA TITULACIÓN	28
7.1	Procedimientos (Mapa de Procesos)	28
7.2	Políticas	29
7.3	Comisión de la Titulación	30
7.4	Comité Académico de Grado.....	31
7.5	Reuniones otros equipos	32
7.6	Evaluación del Aprendizaje	35
7.6.1	Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento	35
7.6.2	Análisis Evaluación del Aprendizaje	36
7.6.3	Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación).....	37
7.7	Gestión de sugerencias y reclamaciones.....	38
7.7.1	Reconocimientos por Titulación (Quejas, Felicitaciones o Sugerencias)	38
7.8	Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés.....	39
7.8.1	Satisfacción de los Alumnos	39
7.8.2	Satisfacción de Egresados	40
7.8.3	Satisfacción de Personal Docente	42
7.8.4	Satisfacción de Personal No Docente.....	43
7.8.5	Satisfacción Agentes Externos	44
7.8.6	Satisfacción Prácticas Profesionales	44
7.8.7	Satisfacción Programas de Movilidad.....	45
8	RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA (PROPIOS Y OFICIALES). GRADO DE IMPLANTACIÓN.....	46
9	PROPUESTAS DE MEJORA PARA CURSO SIGUIENTE.....	50
9.1.1	Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2013/2014	50
9.1.2	Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2014/2015	51
10	CUADRO DE INDICADORES.....	52

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 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/Programas/AUDIT/Fase-de-certificacion-de-la-implantacion-de-los-SGIC>

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 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/?s=sec31>

Vía de acceso al Primer Curso

	2012/13	2013/14	Variación
FP DE 2º GRADO O MODULO III	7%	5.34 %	-24%
Mayores de 25 años	2,35%	0.00%	-100%
Selectividad, PAU (todos los tipos de selectividad)	85,9%	83.97%	2%
Traslado desde los mismos estudios	4,7%	10.69%	127%
TOTAL	100%	100%	

Fuente Secretaria General de ESIC

Nota media de acceso (PAU)

2012/13		2013/14	
Junio	Septiembre	Junio	Septiembre
7,26	6,56	6,25	5,94

Fuente Secretaria General de ESIC

Notas de corte

2012/13		2013/14	
Junio	Septiembre	Junio	Septiembre
5	5	5	5

Fuente Secretaria General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se han reducido las notas medias de entrada tanto en junio como septiembre y se rompe la tendencia de cursos anteriores.

Se recomienda seguir estos indicadores dado que en la percepción de los Profesores también se ha apreciado una reducción del nivel académico y actitud de los alumnos con respecto a años anteriores en primer curso.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 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	2012/13	2013/14	Variación
Total Grado Oficial en Marketing (GRMK)	330	510	54%

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

El título de Grado de Marketing ha tenido un incremento muy significativo en el número de alumnos creciendo en más del 50%, ha pasado de tener matriculados 330 alumnos a más de 500. Esto demuestra lo bien posicionada que está la carrera de Marketing en ESIC.

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

	2012/13	2013/14	Variación
Plazas Ofertadas (A)	130	135	4%
Plazas Demandadas (B)	172	138	-20%
Ratio: Relación B/A	1,32	1,02	

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Disminución importante de la demanda que no afecta a las plazas ofertadas pero si continúa su tendencia afectaría a la configuración de los grupos de primero

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

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_neconocimiento_de_creditos.pdf

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=sec15>

	2012/13	2013/14	Variación
Nº Traslado de Expedientes	12	28	133%

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se considera positivo el acceso de alumnos procedentes de otras Universidades. Esto demuestra que los alumnos que estudian Marketing en otras Universidades prefieren formarse en ESIC.

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/?s=sec12>

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 2013/14 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 *

	2012/13	2013/14	Variación
Alumnos de nuevo ingreso: Mujeres	38%	38%	0%
Alumnos de nuevo ingreso: Hombres	62%	62%	0%
Alumnos de nuevo ingreso de fuera de la CAM	6,98%	17%	143%
Alumnos de nuevo ingreso: Extranjeros	2,33%	1%	-57%
Alumnos de nuevo ingreso matriculados a tiempo completo	100%	100%	

* **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 reporta a la URJC. Esta información se iniciará al completar la primera cohorte de entrada los 4 años más 1.

Tabla de Indicadores de perfil de egresado de URJC

		2013/14
1. Tasa de graduación por modalidad	TIEMPO COMPLETO	100,00%
2. Tasa de graduación por sexo	HOMBRES	49%
	MUJERES	51%
3. tasa de graduación por país de procedencia	ESPAÑA	97%
	RESTO	3%
4. Tasa de graduación por edad	18 AÑOS O MENORES A 18	0%
	19 - 25	87%
	26 - 29	13%
	30 - 39	0%
	40 - 45	0%
	46 AÑOS O MÁS	0%

Fuente Secretaria General de ESIC

Para más información sobre las áreas donde terminan trabajando nuestros alumnos: <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=sec32>

Análisis de Datos y Conclusiones:

Dado el escaso número de alumnos internacionales de nuevo ingreso y en base a la apuesta por la internacionalización de la Escuela, se recomienda realizar un plan de acción a nivel internacional para promocionar la realización de estudios completos en ESIC España.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

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

	2012/13	2013/14	Variación
Número de plazas de Nuevo Ingreso ofertadas	130	135	4%
Número de matriculaciones de Nuevo Ingreso	86	128	49%
Tasa de Cobertura: Matriculados/plazas ofertadas	66%	95%	

Fuente Secretaría General de ESIC

2.8.2 Número de alumnos matriculados y Bajas

	2012/13	2013/14
Tasa de abandono por modalidad		
TIEMPO COMPLETO	3,5	3,85
Distribución de abandonos por sexo		
HOMBRES	75%	100%
MUJERES	25%	0%
Distribución de abandonos por país de procedencia		
ESPAÑA	100%	100%
OTRO	0%	0%

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Con el incremento de plazas ofertadas se ha producido un equilibrio entre oferta y demanda

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Reducir la tasa de abandono

Causa: Incremento de la tasa de abandono y desconocimiento de las razones que lo provocan .

Acciones a Desarrollar: Investigación exploratoria mediante entrevistas personales a los estudiantes que abandonan sus estudios.

Responsables: Área de Grado a través de Tutores y Coordinación

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.001

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.

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.

Podríamos acceder a las guías docentes de las materias en el siguiente enlace:

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=sec14>

Durante el curso se ha trabajado en una 4ª edición para las Guías Docentes, con una participación muy destacada de los Directores de Departamento y de los Coordinadores de Asignatura, así como del Director de Grado en el Campus de Valencia.

Desde el inicio del segundo semestre se puso en marcha una comisión compuesta por un Director de Departamento, 1 representante de Calidad y 1 profesora/tutora/coordinadora de asignatura para diseñar un nuevo Modelo de Guía Docente, adecuándola, además a los requisitos reflejados en las Memorias Oficiales aprobadas por ANECA.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Con la edición 4ª se ha mejorado la coordinación con la Memoria del Título

Propuestas de Mejora al Indicador:

No procede.

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 2014 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 los títulos. Dichas mejoras fueron identificadas a través del proceso de auditoría interna del área de Grado.

	NC	OBS	MEJORAS
Mejoras Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado (PR.2)	3	2	2
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Formativo y Complementario (PR.3)	6	5	3
Mejoras Procesos de Apoyo-Prestación del servicio (PR 4)	0	0	0
Total Mejoras Cursos Académico	9	7	5

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

Las mejoras implantadas en las diferentes áreas redundarán en una mejora de la percepción de la calidad para los distintos grupos de interés.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

3.2.2 Grado de cumplimiento

Los procedimientos que se han mejorado del 2013 al 2014 son:

1. Realización del Informe por Titulación del curso 12/13 en los programas oficiales.
2. Puesta en marcha de los Equipos de Mejora. Reuniones periódicas para tratar distintos aspectos del funcionamiento de cualquier procedimiento vinculado a los programas.
3. Puesta en marcha Docencia.
4. Puesta en marcha de las Comisiones por Titulación. Reuniones periódicas para hacer seguimiento de los programas bajo la Política de Comisiones y en cumplimiento de los requisitos oficiales que regulan los programas (Verifica, Monitor y Acredita)
5. Revisión de los informes tanto de AVAP como de ACAP, así como los de Aneca por Verifica y Monitor, y se han incorporado la gran mayoría de las observaciones.
6. Realización de encuestas al personal docente y de gestión para valoración de Infraestructuras del campus.
7. Realización de encuestas a los egresados de ESIC respecto a su situación laboral y su adecuación de la formación recibida y la realidad empresarial.
8. Realización de encuestas a los alumnos que han realizado prácticas en el 2013.
9. Realización de encuestas tanto a los tutores externos como académicos sobre las prácticas que han tutelado en el 2013.
10. Todos los informes mencionados en los puntos anteriores han sido revidados y públicos en nuestra web de ESIC, apartado de Garantía de Calidad, Resultados del Sistema.

	2013/14
Mejoras Propuestas año anterior e implantadas	10

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones

Ha sido un curso en el que se ha realizado un gran esfuerzo, recompensado por la implementación de 10 mejoras

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

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.

	2012/13	2013/14	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.

3.4 Programas de movilidad

El área Internacional de ESIC ofrece acuerdos de intercambios académicos a nuestros alumnos del Título 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.

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

Positiva evolución de los indicadores de movilidad en consonancia con el proceso de internacionalización de la Escuela

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede.

3.4.1 Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación

	2012/13	2013/14	Variación
Alumnos en movilidad por Convenio ERASMUS			
Alumnos ESIC de ERASMUS	12	22	83%
Alumnos ERASMUS en ESIC	14	16	14%
Alumnos en movilidad por Convenio MUNDE			
Alumnos ESIC en MUNDE	0	5	100%
Alumnos MUNDE en ESIC	8	9	12%
Total Alumnos ESIC en movilidad	12	27	125%
Total Alumnos de Movilidad en ESIC	22	25	14%
Total de Convenido Internacionales de ESIC Con otras Universidades	51	59	16%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

“El aumento registrado en el total de alumnos de Movilidad en ESIC ha alcanzado un incremento de más del 14%. Esto es debido por un lado al aumento del 14% en el número de alumnos, y por otro lado a los 5 nuevos alumnos que ha habido por becas Munde. Por otra parte, los alumnos que de ESIC en programas de movilidad se han visto aumentados en un 125%.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

3.5 Orientación Profesional de la Titulación

ESIC recoge las valoraciones sobre la **satisfacción de alumnos 2013/14 a cuestiones de orientación profesional** en su encuesta de satisfacción .

TITULACIÓN Campus: Madrid	Despertar inquietudes emprendedoras	Oferta de prácticas de empresa	Formación en habilidades de directivas	Actividades de orientación profesional y personal
GRMK – 2º Curso	7,5	*	7,6	6,8
GRMK – 4º Curso	6,9	7,5	7,0	6,4

*Prácticas solo se valoran en las encuestas de 4º Curso

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Dado que las Prácticas tienen una buena valoración deberíamos impulsar acciones de mejora en el ámbito de la orientación profesional personal

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

3.5.1 Ratios de Orientación Profesional por curso en la Titulación

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 conocimientos 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 titulado sin experiencia profesional a través de prácticas en empresas y/o desarrollen su carrera profesional (alumnos con experiencia profesional).

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

	Curso	2012/13	%	2013/14	%
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%	30	36%
Total (GRMK)		46,5		46,5	
Grado Oficial en Marketing + Título Superior en Dirección Comercial (GRMK+TSDC)	1º	12	15%	12	15%
	2º	9	13%	9	13%
	3º	9	13%	9	13%
	4º	33	40%	33	40%
Total (GRMK+TSDC)		73		73	
TOTAL		46,5		46,5	

Fuente Dirección Académica de Grado ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

Propuestas de Mejora al Indicador:

No procede.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

3.6 Prácticas Profesionales

Dentro de la organización de ESIC figura el departamento de Prácticas Empresariales, 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/?s=sec51>

INDICADOR	2012-13 ³	2013-14
DURACIÓN MEDIA DE LAS PRÁCTICAS (HORAS)	300 ⁴	300 ⁶
VALORACIÓN ACADÉMICA PRÁCTICAS	9,89	8,61
VALORACIÓN ADECUACIÓN FORMACIÓN	8,56	8.29
CALIFICACIÓN MEDIA	9,09	8.87
Nº DE ESTUDIANTES MATRICULADOS	62	67
Nº DE ESTUDIANTES APROBADOS	57	62
Nº DE ESTUDIANTES REALIZANDO PRÁCTICAS	52	59
Nº DE ENTIDADES / EMPRESAS OFERTADAS	0,00 ⁵	0,84%
Nº DE PLAZAS ASIGNADAS	52	59
TASA DE SUPERACIÓN	100%	100%
ESTUDIANTES REALIZANDO PRACTICAS / Nº DE ESTUDIANTES MATRICULADOS	84%	88.06%

Fuente Dpto. de Prácticas Externas de ESIC

3: Todos los datos se han actualizado con dos decimales.

4: Dato modificado de 597 a 300, por incluir horas extracurriculares.

5: Dato no existente.

6: La duración media es de 741 horas, siendo 300 curriculares y el resto extracurriculares.

Análisis de Datos y Conclusiones:

La valoración de las Prácticas es alta pero dado que ha caído respecto al periodo anterior, se recomienda monitorizar la calidad de las Prácticas.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Coordinar la actuación del Departamento de Prácticas y los tutores académicos asignados a cada alumno.

Causa: Monitorizar la evolución de la percepción de los alumnos en relación con la calidad de las prácticas profesionales en empresas.

Acciones a Desarrollar: Diseña un modelo de tutorías Académicas que detecte áreas de mejora

Responsables: Departamento de Prácticas y Tutores Académicos asignados a los alumnos

Tiempo Realización: 2014/2015

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.002

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 seguidos por la Comisión de Titulación.

La información pública sobre el Dpto. de Carreras profesionales se encuentra en:

<http://www.esic.edu/grado/bolsa-trabajo/>

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

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=sec81>

Los resultados sobre la Encuesta de Inserción Laboral se recibieron por primera vez en el curso 2013/14 y se analizan en el apartado 7.8.2 de este informe.

Los nombramientos alcanzados se publican en la **Revista Alumni de ESIC**, a continuación se listan las publicaciones de la revista durante el 2013/2014:

2013

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

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

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

2014

Número 29. <https://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=66/6194/22809&Ing=es>

Número 30. <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=2878/11485/24171&Ing=es>

Número 31. <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=2878/11485/25369&Ing=es>

Número 32. <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=2878/11485/26871&Ing=es>

Número 33. <http://asp-es.secure-zone.net/v2/index.jsp?id=2878/11485/27784&Ing=es>

Este año también se dispone del primer **informe de Inserción laboral de los egresados universitarios** realizado por el Ministerio de Educación. En él se muestra la perspectiva de la afiliación a la Seguridad Social de los egresados y se analizan variables como el tipo de contrato, porcentaje de autónomos, tipo de jornada, grupos de cotización y otros aspectos que pueden verse en el informe completo que se encuentra en la web del Ministerio:

<http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/dms/mecd/educacion-mecd/areas->

[educacion/universidades/estadisticas-informes/informes/Insercion-laboral-egresados-universitarios.pdf](http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/dms/mecd/educacion-mecd/areas-educacion/universidades/estadisticas-informes/informes/Insercion-laboral-egresados-universitarios.pdf)

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

3.7.1 Ratios de Inserción por Actividades Profesionales

El informe de Inserción Laboral de ESIC ha tenido un porcentaje de respuesta muy bajo que no es representativo, por lo que de él, no se pueden obtener conclusiones.

Un reflejo de algunos datos, indica que los egresados que encontraron su primer trabajo o cambiaron el empleo que estaban desarrollando durante el programa, lo hicieron en puestos de "Staff" (72,9%), sobre todo, en el área de "Marketing"(60,9%) y en diversos sectores, destacando el de "Marketing y Publicidad" (14,3%).

Tabla 14. Primer empleo: puesto desempeñado	
	(%)
Staff	72,9
Responsable de Área	17,3
Propietario	6,0
Director Área	3,8

Tabla 15. Primer empleo: área funcional	
	(%)
Marketing	60,9
Finanzas	8,3
Servicios Generales	8,3
Dirección General	3,0
Compras	2,3
Otro	17,3

Tabla 16. Primer empleo: sector	
	(%)
Marketing, Publicidad	14,3
Empresas de Servicios	9,0
Enseñanza	8,3
Alimentación, Bebidas	7,5
Telecomunicaciones	5,3
Minoristas	4,5
Informática	3,8
Servicios Financieros	3,8
Internet	3,8
Vehículos, Recambios y Accesorios	3,0
Electricidad y Electrónica	3,0
Transportes y Tráfico	2,3
Carbón, Gas, Petróleo	2,3
Construcción	2,3
Sanidad	2,3
Cultura, Ocio	2,3

Puede verse el informe completo en: <http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-de-resultados-de-insercion-laboral-de-grado-2013.pdf>

Este año también se dispone del primer informe de Inserción laboral de los egresados universitarios realizado por el Ministerio de Educación. En él se muestra la perspectiva de la afiliación a la Seguridad Social de los egresados y se analizan variables como el tipo de contrato, porcentaje de autónomos, tipo de jornada, grupos de cotización y otros aspectos que pueden verse en el informe completo que se encuentra en la web del Ministerio:

[http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/dms/mecd/educacion-mecd/areas-](http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/dms/mecd/educacion-mecd/areas-educacion/universidades/estadisticas-informes/informes/Insercion-laboral-egresados-universitarios.pdf)

[educacion/universidades/estadisticas-informes/informes/Insercion-laboral-egresados-universitarios.pdf](http://www.mecd.gob.es/educacion-mecd/dms/mecd/educacion-mecd/areas-educacion/universidades/estadisticas-informes/informes/Insercion-laboral-egresados-universitarios.pdf)

Análisis de Datos y Conclusiones:

Dado que el porcentaje de respuesta no es representativo, no se pueden obtener conclusiones al respecto.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Conocer con mayor grado de detalle la inserción laboral de los egresados

Causa: El dato actual de un 52% se considera mejorable y es recomendable contrastar la información.

Acciones a Desarrollar: Investigación descriptiva mediante entrevistas on line a los egresados que terminaron sus estudios en el último año.

Responsables: Departamento de Antiguos Alumnos y Carreras Profesionales

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.003

3.8 Otros

Desde ESIC se pone a disposición del alumno algunas becas y ayudas para facilitar su día a día.

3.8.1 Premios a la Excelencia

Este año se ha celebrado la 2ª Edición Premios Excelencia, y como se planificó el curso pasado, se han actualizado los criterios de adjudicación de los Premios y el proceso de avales de los profesores, así como en los procesos de comunicación de los Premios.

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 número 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.

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

3.8.2 Seguimiento muy cercano alumnos 1º y 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 realizó rápidamente el nombramiento de Tutores Académicos para que pudiesen empezar su actividad desde el primer día con un seguimiento muy cercano de las faltas de asistencia.

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 junto al plan “Generación de Hábitos de Estudio, con unos resultados muy positivos.

El curso pasado se preparó un Manual de Bienvenida para Nuevos Alumnos, siendo entregado por primera vez a los alumnos tanto de Pozuelo como del resto de Campus.

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=sec73>

3.8.3 Participación de alumnos en los diferentes Concursos y Premios

Se ha notado un incremento significativo 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 2013 (<http://www.esic.edu/calidad/pdf/memoria-resumen-de-esic-2013-version-espanol.pdf>)

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Nueva web con diseño responsive y digitalización de la documentación para Premios Excelencia

Causa: Mejorar la navegación web y facilitar la recogida de documentación.

Acciones a Desarrollar: Reuniones con el equipo de Marketing para proponer nueva web.

Responsables: Miembros del equipo de trabajo, Departamento de Marketing

Tiempo Realización: 2014/2015

Código: 2014.MEMORIA.GRMK 004

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

3.8.4 Aula Multimedia

Durante este curso se han celebrado 14 seminarios incrementándose un 4,5% las inscripciones hasta alcanzar 162 alumnos con 136 horas de cursos. Por segundo año se ha permitido la inscripción de personas de fuera de ESIC, a un precio más elevado (50%) que para los actuales alumnos.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Mejorar el plan de comunicación de la oferta de cursos del aula multimedia

Causa: Existe un recorrido de mejora en la demanda de los alumnos.

Acciones a Desarrollar: Implementar un plan de comunicación ad hoc

Responsables: Departamento de Marketing

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.005

4 PROFESORADO

Puede visualizarse el claustro de profesores en el siguiente enlace:

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=sec16>

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/?s=sec16>

Perfil Profesorado

	2012/13	2013/14	Variación
Total Profesores de la Titulación	31	39	26%
Licenciados/Ingenieros	31	39	26%
Doctores	23	18	-22%
Doctores Acreditados	14	12	-14%
Tasa % Doctores Acreditados	61%	66%	

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se ha ampliado la plantilla del profesorado. Se ha reducido en número de Profesores Doctores y Doctores Acreditados.

Para la fase de renovación de Titulación se revisará el porcentaje de Profesores Doctores en función de créditos.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

4.2 Actividad investigadora

Se podrá ver mayor detalle de la investigación del año 2013/2014 en la Memoria de Investigación:

http://www.esic.edu/pdf/memoria_de_investigacion_esic_2013_2014.pdf

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

DATOS DEL PROFESORADO DE ESIC

	2012/13	2013/14	Variación
Nº Notas Técnicas Publicadas	9	6	-33%
Nº Libros de texto/prácticas publicados	12	20	66%
Nº Casos de Estudio	8	12	50%
Colaboración con proyectos institucionales de Innovación y Mejora Docente	36	24	-33%

*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:

	2012/13	2013/14	Variación
Nº artículos publicados en Revistas científicas Nacionales	14	30	114%
Nº artículos publicados en Revistas científicas Internacionales	14	30	114%
Nº Comunicaciones en Congresos Nacionales	18	20	11%
Nº Comunicaciones en Congresos Internacionales	18	21	17%
Nº Proyectos de Investigación Aprobados	2	1	-50%

*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 se ha visto reducido, igual que la Colaboración con proyectos institucionales de Innovación y Mejora Docente. Los casos de estudios y libros de texto vieron aumentar su número de publicaciones en el curso 13/14, reduciéndose únicamente las notas técnicas publicadas.

Por otro lado, los artículos publicados y el número de comunicaciones se han visto incrementado en porcentajes que van desde el 11 hasta el 114% 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 Mejoras al Indicador

Mejora: Conocer la información de las actividades de Investigación por Titulación

Causa: Falta de información por Titulación ya que la información está agregada a otras Titulaciones

Acciones a Desarrollar: Desagregar la información de los Estudios de Investigación por Titulación

Responsables: Departamento de Investigación

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.006

4.3 Calidad del Profesorado:

ESIC busca mejorar la Percepción de la Calidad del Profesorado.

- Incremento del sentido de fidelización del Profesorado:
 - Jornadas Anuales de Departamentos/Cursos de Verano.
 - Realización de 8 Jornadas Departamentales.
 - El número de asistentes totales asciende a 159 más los inscritos del departamento de Marketing que se celebrará en Septiembre, el año pasado contó con 31 asistentes.
 - Celebradas en la primera quincena julio 2014, salvo la Jornada Anual de MKT que es en septiembre 2014.
 - El Departamento de Idiomas mantiene una reunión global al año en Madrid, y otra en cada Campus, con los profesores correspondientes.
 - Asistencia a los claustros mayor al 70%, lo que se valora muy positivamente.
- Aprendizaje del Idioma Inglés.
 - 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 sigue trabajando para elevar el nivel de inglés de los equipos directivos y del profesorado.
- Curso de emprendimiento para profesores en el Campus de Pozuelo.

En el curso 2012/13 se implantó un nuevo cuestionario bajo criterios Docencia de ANECA de los que ya tenemos resultados.

ESIC ha pasado en positivo el primer año del proceso DOCENTIA donde se evalúa la Actividad Docente del Profesorado.

Del total de profesorado auditado, 28 impartían clase en el Grado Oficial en Marketing, de los cuales 23 fueron evaluados con una nota final de **NOTABLE**, 2 con **EXCELENTE** y tan solo 3 con **FAVORABLE**.

El informe completo puede verse en la web de ESIC:

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-final-convocatoria-docentia-esic-2014.pdf>

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los datos de Docencia nos permiten estar satisfechos con los indicadores de Calidad del Profesorado considerando la necesidad de seguimiento continuo

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

4.4 Programas de Movilidad del Profesorado

En el curso 12/13 fueron 2 los profesores de Grado de Marketing que han participado en programas erasmus docencia, siendo 4 y 3 en los años anteriores.

	2012/13	2013/14	Variación
Profesores con acuerdos erasmus docencia	3	2	-33%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

La movilidad del Profesorado se ha visto reducida pero no es significativo la reducción

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede.

5 OTROS RECURSOS

5.1 Recursos físicos

El Grado Oficial en Marketing de ESIC se imparte dentro del Campus de ESIC Pozuelo, el cual está dividido en las Áreas de Grado y Postgrado. El Área de Grado se encuentra localizado en el edificio principal de la Universidad.

Algunos recursos con los que cuenta este Área son:

- 39 aulas de formación con superficie aproximada de 2.200 metros cuadrados. (Todas las aulas están dotadas de equipos audiovisuales con cañón de proyección, atril, DVD, sonido y pantalla retráctil, ordenador, y conexión a Internet.
- 5 aulas de informática con 200 ordenadores completamente equipados tanto de hardware como de software (Entorno Microsoft, Programas específicos de diseño gráfico, estadístico y profesional).
- Salas de estudio en la Biblioteca para trabajo en grupo (6/8 alumnos) dotadas de aire acondicionado y conexión WiFi.
- 1 salón de Actos con capacidad para 200 personas
- Departamento de Prácticas en Empresa y Carreras Profesionales
- Departamento de Antiguos alumnos
- Departamento de Investigación
- Oficina Internacional
- Biblioteca física y virtual
- Aula Multimedia
- Editorial y Venta de Libros
- ESIC Idiomas
- TIC
- Cafetería y Autoservicio comedor y comedores privados
- Agencia de Viajes
- Servicio de Reprografía
- Capilla

Los alumnos del Grado Oficial en Marketing, además de las instalaciones comunes, han usado este curso 11 aulas.

A escasos metros ESIC ha inaugurado este curso la nueva Biblioteca de Pozuelo de Alarcón que cuenta con más de 2.000 metros cuadrados, 155 puestos de estudio, 10 salas de estudio, 1 sala de conferencia para 45 personas y que podrá ser usada tanto por los alumnos de ESIC como alumnos de fuera del Campus.

Algunas mejoras realizadas sobre las Instalaciones del Campus han sido:

- El Edificio central del Campus de Pozuelo (Área Universitaria) se realizó la pintura del edificio para mantenimiento de Aulas y Pasillos.
- Nueva Plataforma Operativa y preparación del despacho para Agresso.

Además ESIC pone a disposición del alumno:

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=sec60>

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

5.2 Recursos humanos (PAS)

Existe una cultura de gestión de los Recursos Humanos centrada en la cercanía y en el mantenimiento del personal.

Se está produciendo un aumento de incorporación de Personal a diferentes áreas y campus de la Escuela para dar respuesta a las necesidades existentes.

Anualmente ESIC realiza una encuesta para conocer la opinión de los Trabajadores de ESIC. Los resultados de este estudio pueden verse en el apartado 7.8.3 y 7.8.4 de este mismo Informe.

Los cambios relacionados con el Personal Directivo decididos en la finalización del curso 2013/2014 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 ha asumido 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 hace cargo como 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 ha asumido la Dirección del Departamento Académico de Dirección de Empresas, responsabilidad que tenía hasta su fallecimiento Enrique Roldán.
- Daniel del Castillo sustituye, como Coordinador Nacional de Grado, a Alicia Coronil, que ha pasado a desempeñar nuevas responsabilidades profesionales en el “Círculo de Empresarios”, manteniendo su vinculación docente con ESIC.
- Al finalizar el curso 2013/14, el departamento de Matemáticas se integra en el departamento de Investigación de Mercados, que cambia su denominación a “ Investigación de Mercados y Métodos Cuantitativos”.
- María Jesús Merino sustituye, como Coordinadora de Erasmus para Grado en Marketing, a Javier Espina.

6 MEMORIA DE ACTIVIDADES

6.1 Actividades desarrolladas

- Desarrollo de nuevas Titulaciones para Grado.
 - International Business
 - Digital Business
- Fomento de la enseñanza de Inglés.
 - 159 alumnos han obtenido un Título Oficial en Idiomas (BEC), sobre 149 en 2012/2013.
 - Tres grupos han sido íntegramente en inglés.
- Seguimiento de Títulos.
 - Elaboración de los Informes de Titulación, tanto los de la URJC como los de Seguimiento de ESIC.
 - Sesión de formación e inmersión sobre los protocolos de Seguimiento y Renovación de Títulos, impartido por Carlos Arias, exvicerrector de Calidad de la Universidad de Sevilla y Jefe Auditor en el proceso de Auditoría externa bajo AUDIT.
- Calidad.
 - AUDIT. Formación Interna y Auditoría Interna y Externa.
 - Informe final recibido en julio, con resultado FAVORABLE.
 - Transición entre la gestión de la calidad centrada en ISO 9000 (Áreas Académicas) a la gestión de la calidad según AUDIT (Áreas Académicas y Titulaciones).
 - Auditoría Externa ISO 9000, se llevó a cabo las Auditorías internas y externas con resultado FAVORABLE.
- Participación en la elaboración de un nuevo Folleto de Carreras Universitarias
- Programa de Continuidad (+1) Másteres pre-experience. Nuevo esquema para las Sesiones Informativas.
- Fomento de la Iniciativa Emprendedora en Grado:
 - Este año el Meet de Empresas y Empleo se abrió también al emprendimiento.
 - Jornada sobre Emprendimiento, en la que participaron Alumnos y Antiguos alumnos de Grado.
 - Se cuenta con dos premios relacionados, Premio a la mejor Iniciativa Emprendedora (Creación de Empresas) y Premio a la mejor Iniciativa Emprendedora, en TFG.
 - En los Trabajos Fin de Grado se incorporó un nuevo tema en las diferentes carreras, para que en todas exista la posibilidad de desarrollar Iniciativas Emprendedoras, este año ya el 50% de los TFG se hicieron de este tema.

Actividades Singulares

- Igual que en año 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

- 3^{er} Encuentro Anual de profesores del Departamento de Dirección de Empresas (Valencia, julio 2014).

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

- 6º Workshop on Marketing Trends del Departamento de Dirección de Marketing (Navarra, septiembre 2013)
- 2º Encuentro Anual de los profesores de los Departamentos de Comunicación y de Publicidad (Salamanca, julio 2014).
- Dirección y Desarrollo de la Sección de Arte y Cultura (ESIC Alumni).
- Cursos de refuerzo para Alumnos.
- Cursos de Verano para profesores.
- Jornadas Anuales Departamentales (Madrid)
- 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.
- Foro de Debate, sobre Temas Sociales y Ética.
- Fight 2 Learn. Análisis de la posibilidad de implantación de un juego, vía móvil, para evaluar conocimientos en áreas específicas, con el apoyo de Executive Education.

Actividades Externas

- “Mesías”: Inteligencia de Marca España, a iniciativa del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. Con la Dirección y Coordinación del Director del Dpto. de Dirección de Marketing. 10 Directores de Célula y 106 personas implicadas.
- 10ª edición Premios ESIC-CREA (Fundación CEA). Seguridad vial carnet por puntos.
- 10ª edición Premios Plan de Marketing en el Sector Hotelero (CAREM)
- 6ª edición Premio ESIC a la Iniciativa Emprendedora (La Caixa / Asociación de Jóvenes Empresarios de Madrid).
- 1ª Edición Premio a la mejor Iniciativa Emprendedora en TFG (La Caixa).
- Organización y Coordinación de la 7ª Edición Premios ESIC a la Investigación en Marketing (AEDEM 14).
- Organización y Coordinación de la 7ª Edición Premios ESIC a la Investigación en Administración de Empresas (AEDEM 14).
- Laboratorio de Marketing ESIC, 4 talleres con 437 participantes. “La Noche de los Investigadores” (URJC/ESIC).
- Participación en “Hoy es Marketing”.
- Concurso Marketing Predator, en Facebook.
- Participación en el “Modelo ESIC de Valoración de Deportistas”.
- Dirección y Organización actividades de Voluntariado ESIC.
- Dirección Técnica en los procesos de Acreditación y Evaluación del personal de CAJAMAR. (2 convocatorias)
- Revistas Científicas de ESIC.
 - Editor en ESIC Market.
 - Dos nuevos números (9 y 10) 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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

7.2 Políticas

Con la publicación de la Política de Calidad de ESIC se persigue la consecución de objetivos de mejora relacionados con alumnos, titulaciones, relaciones con otras organizaciones, cumplimiento de requisitos y asegurar unos niveles de calidad.

La aprobación de esta Política de Calidad de ESIC hace de guía para los diferentes grupos de interés y colaboradores de la Escuela, y que así sepan qué camino seguir para todo lo relacionado con esta misma.

Documentación Unidad Calidad 2013/14		
	Nueva Edición	Nuevo Documento
Nuevos Procedimientos	11	0
Nuevas Políticas	0	4
Nuevos Manuales	1	0

Nuevas Ediciones:

Manual de Calidad Ed.6
 3.50 Procedimiento de Prestación de Servicios Complementarios Ed.8
 3.50.10 Procedimiento de Prácticas Ed.4
 3.50.20 Procedimiento de Carreras Profesionales Ed.2
 GR.3.10 Diseño/Rediseño y Suspensión de Planes de Estudios Ed.5
 POST.3.10 Diseño/Rediseño y Suspensión de Programas Ed.6
 5.80 Satisfacción de Clientes (Grupos de Interés) Ed.6
 GR.2.30 Matriculación ed.3
 GR.2.40 Bienvenida ed.3
 GR.2.50 Becas ed.5
 GR.3.50 Programación clases, horarios, grupos y exámenes Grado ed.5
 GR.3.60 Formación, Aprendizaje y Evaluación ed.3"

Nuevos Documentos:

Política de Perfil de Ingreso y Egresado de Grado y Postgrado Ed.0
 Política de Orientación al Estudiante de Grado y Postgrado Ed.0
 Política de Comisión Académica de Titulación de Grado y Postgrado Ed. 0
 Política de Inserción Laboral Ed.0

Análisis de Datos y Conclusiones

Se mantiene la tendencia de revisión y creación para la mejora continua.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

7.3 Comisión de la 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-titulacion-esic-madrid-grado-14-15.pdf>

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

Acta de Reunión de Comisión de Titulación

Acta 1

Fecha: 03/02/2014. 15:00/16:00

Miembros de Comité (Nombre y Puesto)

Asistentes:

Segundo Huarte (Vicedecano de Grado); Isidoro Embid (Coordinador)

José María Cubillo (Director de la Titulación)

Profesores/Tutores: D. Juan Antonio Márquez y D. Iker Oquiñena

Alumnos por Titulación: D. Daniel Bey y D^a Amanda Reimmers

Unidad de Calidad: Gracia Serrano y Teresa Freire

Temas a tratar:

Sin temas pendientes (seguimiento)

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

Constitución de la Comisión

- Constitución y publicación en la página web de ESIC

Objetivos de la Comisión

- Análisis de la situación académica del Grado en Marketing en ESIC
- Propuesta de mejoras
- Control sobre los compromisos establecidos en la memoria vigente

Líneas de actuación

- Comprobación del grado de cumplimiento respecto a la Memoria verificada
- Elaboración del Informe Anual de la Titulación
- Revisión informe de Titulación
- Mayor contacto entre los coordinadores de la Comisión de ESIC y de la URJC

Ruegos y preguntas

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

Acta 2

Fecha: 11/07/2014. 11:00/13:00

Miembros de Comité (Nombre y Puesto)

Asistentes:

Segundo Huarte (Vicedecano de Grado); Isidoro Embid (Coordinador)

José María Cubillo (Director de la Titulación)

Profesores/Tutores: D. Juan Antonio Márquez, D. Iker Oquiñena y D. Carlos Enrique Boixareu

PAS: Susana Valle (Secretaría de Grado)

Experto: Mencía de Garcillán (Directora de Marketing Laboratorios Esseka, profesora asociada en el CEF, ESIC, EAE, Universidad Complutense y UDIMA)

Alumnos por Titulación:

Unidad de Calidad: Gracia Serrano

Temas a tratar:

Sin temas pendientes (seguimiento)

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

Importancia de los modelos AUDIT y DOCENTIA

- Comunicación de los aspectos más relevantes del informe (AUDIT)
- Comunicación de la elaboración de un PAM (Plan de Acción de Mejora) con la estructura:
 - o Acciones
 - o Responsables
 - o Recursos
 - o Fecha de solución
- Proceso de evaluación DOCENTIA
 - o Participación de 42 profesores, 8 de Valencia y 34 de Pozuelo con un sistema de ponderación (20% Profesor, 30% Director de departamento y 50% Alumnos)

El Vicedecano recalca para terminar la importancia que tiene estos procesos de Calidad para el devenir de la Escuela y de sus títulos universitarios.

Preparación auditoría

- Análisis de la situación del título y revisión de la página web

7.4 Comité Académico de Grado

El Comité Académico de Grado se reúne una vez al mes y las **Actas de las Reuniones** realizadas por el Comité están en el Área Académica de Grado Responsabilidad del Vicedecano de Grado.

7.5 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: 26/09/2013

Miembros del Equipo de Mejora

Directores: Director General y Vicedecano

Otros invitados: Coordinador Académico de Grado, 12 Tutores

Ausencia justificada de Rafael Ortega (Decano) y de Javier Uruñuela (Coordinador Académico de Grado)

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

Aprobación del acta anterior (16.07.2013)

Nuevos temas tratados:

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

Incorporación de los nuevos tutores para este curso.

Se reflejaron datos de las matriculaciones del año académico y se informe que ya se está trabajando en los Cursos "0" de este año.

Se trata la elección de delegados con paridad de sexo y se recomienda leer la Guía Académica en cuestiones como las condiciones para pasar al siguiente curso, niveles mínimos de asistencia para acceder a la evaluación continua, así como a las normas de disciplina.

Plan de acción y apoyo al alumno

Lanzamiento de un plan de acción y apoyo al alumno denominado "Plan de Generación de hábitos de estudio" destinado a aquellos alumnos que tienen dificultades en asignaturas como Estadística, Matemáticas, Macroeconomía, Microeconomía, Contabilidad e Informática.

Intervención de los tutores y coordinación académica

Intervención para informar sobre las sensaciones que le han transmitidos los grupos de los que son responsables en las primeras semanas del curso.

Desde coordinación se hace hincapié en la importancia de los tutores en las primeras semanas de curso.

Departamento de Humanidades

Se pide comunicación de la existencia de actividades de voluntariado, grupos de reflexión, y preparación para la Confirmación, que la Escuela pone a su disposición.

El Director General da sus impresiones y se despide agradeciendo la colaboración a los asistentes y cerrando la reunión.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

Acta 2

Fecha: 13/02/2014

Miembros del Equipo de Mejora

Directores: Director General, Decano y Vicedecano

Otros invitados: los 2 Coordinadores Académicos, 12 Tutores

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

Aprobación del acta anterior (26.09.2013)

Nuevos temas tratados:

El Decano Agradece la labor desempeñada por los tutores, ya que en su opinión es muy positiva tanto para los alumnos como para ESIC. Ofrece su disponibilidad y apoyo a los tutores.

El Vicedecano da a conocer los datos del Plan de "Generación de Hábitos de Estudio" y se tratan temas generales de la escuela. (Graduación, contestador de tutores, jornadas de Salamanca, ciclos Formativos Superiores, Campus, Plan de Continuidad 4(+1), nueva plataforma Informática y Calidad)

Intervención de los tutores para informar sobre las sensaciones de sus grupos y Coordinación Académica de Grado considera como tranquilo el primer semestre.

El Director General da sus impresiones respecto a la Calidad de la escuela y se despide agradeciendo la colaboración a los asistentes y cerrando la reunión.

Acta 3

Fecha: 09/07/2014

Miembros del Equipo de Mejora

Directores: Director General, Decano y Vicedecano

Otros invitados: Anabel Arana, 11 tutores

Ausencia justificada de Javier Uruñuela (Coordinador Académico de Grado) y de Maite Palomo (tutora)

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

Aprobación del acta anterior (13.02.2014)

Nuevos temas tratados:

Se destacaron temas relevantes respecto a la labor de los tutores.

Otros temas tratados fueron el nuevo Campus Virtual, nuevas Titulaciones, sedes y Ciclos Formativos Superiores.

Intervención de los tutores para informar sobre las sensaciones de sus grupos y Coordinación Académica de Grado resume el año como normal, ya que se fueron solucionando diversos problemas que se plantearon durante el curso.

El Vicedecano trata varios temas como nuevas herramientas para los tutores, evolución de la asistencia durante las primeras semanas y actos de presentación del nuevo curso.

Para concluir el Director General agradece a los Tutores su dedicación y comenta la buena impresión que percibió el ponente en el curso de tutores, comentando que le gusta mucho la iniciativa de ESIC de utilizar la figura del tutor en una escuela universitaria dedicada a la empresa y al marketing.

Consolidación año tras año de la figura del tutor.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

Finalmente se despide deseando al resto de asistentes que disfruten su periodo de vacaciones y con esto da como concluida la reunión.

Delegados

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

7.6 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.
- 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 índices de Rendimiento inferiores al 65%.
 - Revisar con los Directores aquellas asignaturas que no alcancen ese índice.

7.6.1 Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento

2012-13			2013-14		
TASA DE PRESENTACIÓN	TASA DE SUPERACIÓN	TASA DE RENDIMIENTO	TASA DE PRESENTACIÓN	TASA DE SUPERACIÓN	TASA DE RENDIMIENTO
89,90%	89,2%	80,10%	90,20 %	90,70 %	81,70 %

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

7.6.2 Análisis Evaluación del Aprendizaje

Curso Académico 2013/14

Curso	Asignatura	Matriculados	Aprobados	Suspensos	No Presentados	Presentados
1	Marketing y Técnicas de Comunicación	133	123	10	9	124
1	Introducción a la Empresa	127	122	5	5	122
1	Matemáticas Empresariales	194	92	102	50	144
1	Historia Económica y del Marketing	124	119	5	5	119
1	Derecho Civil	142	78	64	21	121
1	Estadística Aplicada al Marketing	187	113	74	42	145
1	Historia de la Cultura Comercial y Sociedad	132	109	23	14	118
1	Informática Aplicada al Marketing	140	111	29	17	123
1	Introducción al Marketing	145	120	25	13	132
1	Sociología de la Empresa	128	103	25	11	117
2	Inglés IV - Idioma Moderno	99	81	18	12	87
2	Análisis Económico-Financiero en Marketing I	90	76	14	8	82
2	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado	98	76	22	6	92
2	Economía I: Microeconomía	98	66	32	18	80
2	Dirección Estratégica	122	88	34	18	104
2	Psicología Aplicada al Marketing	97	78	19	11	86
2	Análisis Económico-Financiero en Marketing II	103	85	18	9	94
2	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	114	69	45	14	100
2	Economía II: Macroeconomía	149	73	76	46	103
2	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing	94	75	19	13	81
2	Marketing Estratégico	93	77	16	8	85
2	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo	100	77	23	12	88
3	Política de Comunicación	95	94	1	1	94
3	Política de Producto	99	94	5	2	97
3	Investigación de Mercados I	102	99	3	3	99
3	Dirección de Ventas	106	95	11	5	101
3	Comportamiento del Consumidor	104	95	9	5	99
3	Marketing Industrial y de Servicios	98	95	3	3	95
3	Política de Distribución	101	98	3	1	100
3	Política de Precios y Costes	121	90	31	14	107
3	Investigación de Mercados II	103	95	8	4	99
3	Técnicas de Negociación Comercial	106	102	4	4	102
3	Marketing Relacional, Directo e Interactivo	110	109	1	1	109
3	Marketing y Sistemas de Información Aplicados	114	97	17	8	106
4	Plan de Marketing	71	71	0	0	71
4	Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior	75	71	4	4	71
4	Dirección de Recursos Humanos	79	77	2	2	77
4	Marketing y Dirección de Comunicación	73	72	1	1	72
4	Análisis y Previsión de Ventas	75	73	2	1	74
4	Seminario de Informática	77	71	6	4	73
4	Prácticas Externas	66	61	5	5	61
4	Trabajo Fin de Grado	76	57	19	19	57

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

7.6.3 Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación) Curso Académico 2013/14

Curso	Asignatura	T RENDIMIENTO	T SUPERACIÓN	T PRESENTACIÓN
1	Marketing y Técnicas de Comunicación	92,5%	93,2%	99,2%
1	Introducción a la Empresa	96,1%	96,1%	100,0%
1	Matemáticas Empresariales	47,4%	74,2%	63,9%
1	Historia Económica y del Marketing	96,0%	96,0%	100,0%
1	Derecho Civil	54,9%	85,2%	64,5%
1	Estadística Aplicada al Marketing	60,4%	77,5%	77,9%
1	Historia de la Cultura Comercial y Sociedad	82,6%	89,4%	92,4%
1	Informática Aplicada al Marketing	79,3%	87,9%	90,2%
1	Introducción al Marketing	82,8%	91,0%	90,9%
1	Sociología de la Empresa	80,5%	91,4%	88,0%
2	Inglés IV - Idioma Moderno	81,8%	87,9%	93,1%
2	Análisis Económico-Financiero en Marketing I	84,4%	91,1%	92,7%
2	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado	77,6%	93,9%	82,6%
2	Economía I: Microeconomía	67,3%	81,6%	82,5%
2	Dirección Estratégica	72,1%	85,2%	84,6%
2	Psicología Aplicada al Marketing	80,4%	88,7%	90,7%
2	Análisis Económico-Financiero en Marketing II	82,5%	91,3%	90,4%
2	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	60,5%	87,7%	69,0%
2	Economía II: Macroeconomía	49,0%	69,1%	70,9%
2	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing	79,8%	86,2%	92,6%
2	Marketing Estratégico	82,8%	91,4%	90,6%
2	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo	77,0%	88,0%	87,5%
3	Política de Comunicación	98,9%	98,9%	100,0%
3	Política de Producto	94,9%	98,0%	96,9%
3	Investigación de Mercados I	97,1%	97,1%	100,0%
3	Dirección de Ventas	89,6%	95,3%	94,1%
3	Comportamiento del Consumidor	91,3%	95,2%	96,0%
3	Marketing Industrial y de Servicios	96,9%	96,9%	100,0%
3	Política de Distribución	97,0%	99,0%	98,0%
3	Política de Precios y Costes	74,4%	88,4%	84,1%
3	Investigación de Mercados II	92,2%	96,1%	96,0%
3	Técnicas de Negociación Comercial	96,2%	96,2%	100,0%
3	Marketing Relacional, Directo e Interactivo	99,1%	99,1%	100,0%
3	Marketing y Sistemas de Información Aplicados	85,1%	93,0%	91,5%
4	Plan de Marketing	100,0%	100,0%	100,0%
4	Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior	94,7%	94,7%	100,0%
4	Dirección de Recursos Humanos	97,5%	97,5%	100,0%
4	Marketing y Dirección de Comunicación	98,6%	98,6%	100,0%
4	Análisis y Previsión de Ventas	97,3%	98,7%	98,6%
4	Seminario de Informática	92,2%	94,8%	97,3%
4	Prácticas Externas	92,4%	92,4%	100,0%
4	Trabajo Fin de Grado	75,0%	75,0%	100,0%

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los datos muestran una homogeneidad excepto en Matemáticas Empresariales, Macroeconomía y Derecho Civil

Propuestas de Mejoras al Indicador

Mejora: Conseguir que el 65% sea la tasa mínima de rendimiento para todas las asignaturas.

Causa: Resultado del análisis de los resultados obtenidos

Acciones a Desarrollar: Fomentar los cursos 0 y el interés en estas asignaturas.

Responsables: Vicedecano de Grado

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.007

7.7 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:

7.7.1 Reconocimientos por Titulación (Quejas, Felicitaciones o Sugerencias)

Reconocimientos

		2012/13	2013/14
Área Académica	Nº Sugerencias	0	0
	Nº Felicitaciones	0	1
	Nº Quejas	0	0
Área Gestión	Nº Sugerencias	1	3
	Nº Felicitaciones	0	1
	Nº Quejas	1	2
TOTAL	Nº Sugerencias	1	3
	Nº Felicitaciones	0	2
	Nº Quejas	1	2

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Reducido número de quejas, felicitaciones y sugerencias.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

7.8 Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés

7.8.1 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. Debido a un cambio de plataforma informática de gestión, no se tienen accesibles los datos de valoración del 2º semestre.

Media global de 7,33 que se ha reducido desde el 7,8 del curso pasado. Analizándolo por curso es en tercero donde mejor puntuación recibe el profesorado alcanzando 8,17.

Satisfacción con la titulación

Se ha logrado alcanzar una valoración final superior al 7 en las encuestas de satisfacción 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 de la Titulación.

Las infraestructuras alcanzaron un 6,7 y la atención al estudiante 6,2. Ambos aspectos deberían estudiarse ya que las mismas respuestas en las encuestas de 2º curso alcanzaban un 7,2 y un 6,7.

Los resultados fueron muy positivos. Esto se refuerza valorándose con cerca del 7,7 las expectativas de futuro del título. En 2º no alcanzaba el 6,7.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se debe mejorar la atención a los estudiantes, sobre todo en los dos últimos cursos, e incluir tutores en 4º curso

Propuestas de Mejoras al Indicador

Mejora: Mejorar la atención a los estudiantes en el último curso

Causa: Descenso de las valoraciones de satisfacción de los alumnos en 4º curso

Acciones a Desarrollar: Nombramiento de Tutores en 4º curso.

Responsables: Vicedecano de Grado

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.008

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

7.8.2 Satisfacción de Egresados

ESIC lanzó un plan de encuestas para la satisfacción del egresado recibiendo los datos en el curso 2013/14. Su lanzamiento y recepción de datos ha permitido conocer las motivaciones y pensamientos de sus alumnos al salir de la escuela.

La encuesta se hizo para todos los títulos de Grado con las siguientes resultados:

El 57,4% de los egresados son hombres, de nacionalidad española (96,1%) y donde el 71,5% tiene menos de 29 años.

Para el 62,9% de los egresados el título de ESIC fue su primera opción en el momento de la preinscripción y el 89,8% lo cursó en los años establecidos para el mismo.

La nota media obtenida por los egresados fue un 11,3% sobresaliente, un 67,2% notable y un 21,5% aprobado.

La mayoría de los egresados (69,5%) realizó **prácticas en empresas** a través del departamento de prácticas de ESIC con un nivel medio de satisfacción de 7,22 en una escala de 0 a 10.

Un 16,0% de los egresados realizó algún programa de movilidad en el extranjero a través de los convenios de ESIC, de los cuales, el 36,6% desarrolló el programa en Francia, un 14,6% en Reino Unido y un 2,4% en Alemania.

El nivel de **satisfacción medio con el programa de movilidad** realizado en el extranjero fue de 8 sobre 10 de valoración.

Aunque son numerosas las **razones que determinaron la decisión final de estudiar en ESIC**, la principal, con diferencia, es la "reputación que ESIC tiene en el área de marketing" (65,6%). A continuación, se sitúan "tendré trabajo cuando termine la carrera" (28,5%), "me la recomendaron en el instituto/colegio" (22,3%) o "conozco buenos profesionales que estudiaron en ESIC" (21,9%).

El **nivel medio de satisfacción** obtenido por los egresados al finalizar el programa fue de 7,56 sobre 10.

Un 52,0% de los egresados encontraron su primer trabajo o cambió el empleo que estaba desarrollando durante el programa. Éstos lo hicieron en menos de 3 meses desde que empezaron a hacerlo de manera activa (69,2%).

Los egresados que encontraron su **primer trabajo** o cambiaron el empleo que estaban desarrollando durante el programa desempeñaron este empleo en empresas de "más de 500 empleados" (31,6%), ubicadas en Madrid (66,9%) y alcanzaron un salario medio neto mensual entre los "601 y 1.200 euros" (63,2%).

Sobre el **empleo actual**, el 54,3% de los egresados están trabajando actualmente por cuenta ajena, un 24,6% está desempleado y en busca de empleo, un 10,9% continúa su proceso de formación, un 7,0% está trabajando por cuenta propia y un 3,1% creando su propia empresa.

Respecto al tramo salarial, un 87,9% tiene **salario medio neto mensual** "inferior a los 2.000 euros". Los "contactos personales" (35,8%), la "auto-candidatura" (24,9%) y el "departamento de carreras profesionales de ESIC" (13,3%) fueron útiles como medio para encontrar el empleo actual. El nivel de satisfacción medio con el empleo actual es de 7,24 y una desviación de 2,29.

El "trabajo en equipo", la "expresión oral" y la "formación práctica" son los **aspectos mejor valorados por los egresados en relación con la formación recibida en ESIC**.

Los "idiomas" y la "habilidad de documentación" son los aspectos con la valoración media más baja.

En relación con la utilidad y repercusión en su actual/último empleo, los aspectos relacionados con la "formación práctica", la "expresión oral" y la "gestión" son los que se han considerado de **mayor utilidad por los egresados**. Por el contrario, la "formación teórica" y los "idiomas" son los aspectos considerados de menor utilidad/repercusión en su actual/último empleo.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

La mayoría de los egresados se muestran satisfechos con los estudios realizados, de hecho el 74,2% volvería a estudiar el programa cursado y un 79,7% volvería a estudiar en ESIC si tuviese que elegir de nuevo.

Respecto a las **expectativas**, el 45,3% de los egresados considera que su actual situación laboral es mejor o igual de lo esperado que cuando inició el título de ESIC.

Puede verse el informe completo en: <http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-de-resultados-de-insercion-laboral-de-grado-2013.pdf>

Análisis de Datos y Conclusiones:

Como el nivel de satisfacción siempre supera el 7, se desprende que los egresados están satisfechos, no obstante es recomendable seguir la evolución

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Conocer con mayor grado de detalle el nivel satisfacción e inserción laboral de los egresados

Causa: El dato actual de un 52% se considera mejorable y es recomendable contrastar la información.

Acciones a Desarrollar: Investigación descriptiva mediante entrevistas on line a los egresados que terminaron sus estudios en el último año.

Responsables: Departamento de Antiguos Alumnos y Carreras Profesionales

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.009

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

7.8.3 Satisfacción de Personal Docente

Durante el curso 2013/2014 se diseñó e implementó una **Encuesta dirigidas a los Profesores** que imparte clases en este título, con unos resultados positivos que variaron entre el 6,88 y el 9,71 sobre 10.

La variable mejor valorada fue haber podido realizar las actividades de evaluación previstas junto a las prácticas y temario en plazo. Otros aspectos destacados fueron la buena asistencia de los alumnos y la que la evaluación continua sirviese para mejorar los resultados de la materia. Todos los aspectos sobre los que se preguntaron se dan por válidos al tener desviaciones adecuadas excepto la pregunta donde su desviación fue superior a 2, y por ello hace que deban ser estudiadas más a fondo en un futuro, esto ocurrió en los conocimientos previos del alumno sobre la materia.

Preguntas	Media
¿Ha sido posible desarrollar todo el temario teórico previsto?	9,24
¿Ha sido posible desarrollar las actividades prácticas previstas?	9,29
¿Se han desarrollado las tutorías?	8,9
¿Han asistido la mayoría de los estudiantes regularmente a clase?	8,41
¿Le parece que los conocimientos previos del alumno son adecuados para el aprendizaje de la materia?	6,88
Libros de consulta en la Biblioteca o entregados al Alumno	8,75
Documentaciones accesibles en formato electrónico	8,52
Servicio de datos fijos (accesibilidad a ordenadores, calidad de los equipos, acceso a red, etc.)	8,09
Servicios de datos móviles (WIFI) (cobertura, facilidad de conexión, etc.)	7,68
Aula	8,26
Salas de Reuniones y/o Despachos	7,74
¿Ha realizado las actividades de evaluación previstas?	9,71
¿Cree que el seguimiento docente y/o la evaluación continua han servido para mejorar los resultados de la materia?	8,88
¿Valore cuantos alumnos se han presentado a la evaluación de la última convocatoria?	8,15
¿Está satisfecho con los resultados logrados en su materia en la última convocatoria cursada?	8,26

Análisis de Datos y Conclusiones:

La mayoría del Profesorado valora de manera positiva con valores que están comprendido entre 6,88 y el 9,71 por lo que se desprende si hay una adecuada satisfacción con los elementos que posibilitan su actividad profesional

Propuestas de Mejoras al Indicador

Mejora: Utilización de herramientas propia de recogida de información sobre satisfacción del Personal Docente.

Causa: Dispones de información propia y específica de ESIC

Acciones a Desarrollar: Investigación descriptiva mediante entrevistas on line a Personal Docente

Responsables: Vicedecano de Grado

Tiempo Realización: 2014/15

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.010

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

7.8.4 Satisfacción de Personal No Docente

Durante el curso 2013/2014 se diseñó e implementó una **Encuesta dirigida al Personal de Apoyo** de este título, con unos resultados positivos que variaron entre el 6,11 y el 8,12 sobre 10.

La variable mejor valorada fue la gestión de los procesos administrativos comunes con la Universidad a la que el título está adscrito seguido del trato con los estudiantes del título. Otros aspectos destacados fueron el trato con el profesorado del título y la disponibilidad de información sobre aspectos docentes necesaria para atender a los estudiantes (fechas y requisitos de matriculación, aulas, horarios, etc.). Deben estudiarse aquellos aspectos sobre los que se preguntaron y que han dado desviaciones mayores a 2, en este caso la mitad de las respuestas superaban este indicador.

Preguntas	Media
Disponibilidad de la información sobre aspectos docentes necesaria para atender a los estudiantes (fechas y requisitos de matriculación, aulas, horarios, etc.).	8
Trato con los estudiantes del título.	8,05
Trato con el profesorado del título.	7,58
Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, de fechas de exámenes, etc.).	7,56
Gestión de los procesos administrativos comunes con la Universidad a la que el título está adscrito (disponibilidad de las actas, plazo de matriculación, etc.).	8,12
Recursos materiales y tecnológicos disponibles para prestar servicios al estudiante y/o al profesorado del título.	6,89
Plantilla suficiente de personal de administración para atender correctamente la gestión administrativa del título.	6
Plantilla suficiente de personal de servicios (Oficina Internacional, Dpto. Prácticas, TIC, etc.) para atender correctamente a estudiantes y/o profesorado del título.	6,11
Nivel de satisfacción general con la gestión de los aspectos académicos-administrativos-servicios del título.	7,37

Análisis de Datos y Conclusiones:

Las calificaciones de satisfacción obtenidas del personal no docente de la empresa, muestran buenos valoraciones adecuadas

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Utilización de herramientas propia de recogida de información sobre satisfacción del Personal No Docente.

Causa: Dispones de información propia y específica de ESIC

Acciones a Desarrollar: Investigación descriptiva mediante entrevistas on line a Personal No Docente

Responsables: Vicedecano de Grado

Tiempo Realización: 2014/15

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.011

7.8.5 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 Mejoras al Indicador

No procede

7.8.6 Satisfacción Prácticas Profesionales

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.

El objetivo del Proyecto es resumir la información aportada por los alumnos participantes en Programas de Prácticas, obtenida mediante el cuestionario de Valoración de Prácticas.

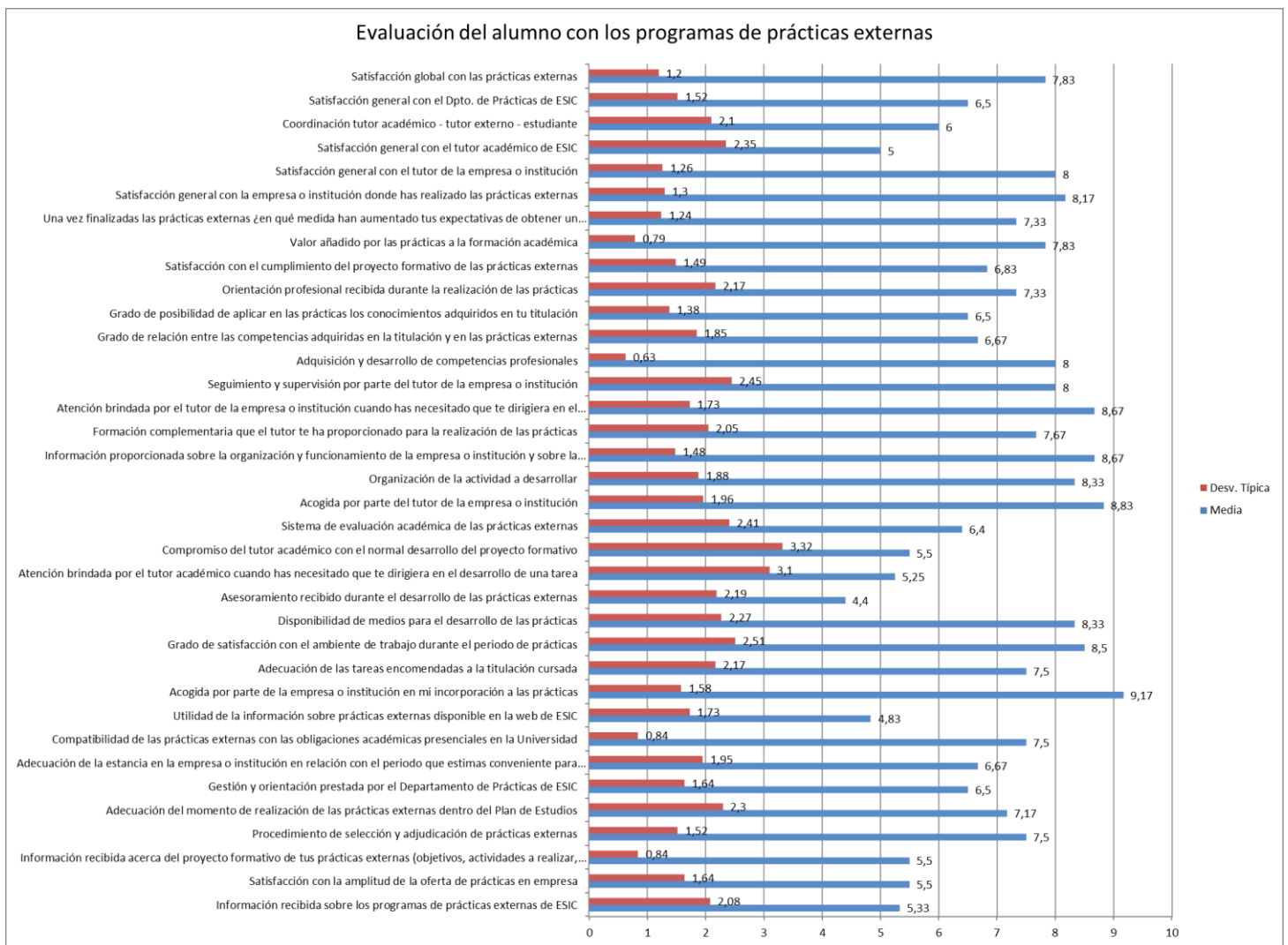
Todas las valoraciones que han dado los alumnos en la encuesta a las preguntas planteadas han alcanzado medias desde 4,4 hasta 9,17, en una encuesta de valoraciones de 1 a 10.

las prácticas, también la información proporcionada sobre la organización y funcionamiento de la empresa o institución y sobre la normativa de interés seguido de la atención brindada por el tutor de la empresa o institución cuando has necesitado que te dirigiera en el desarrollo de una tarea.

Otro aspecto muy bien valorado fue la satisfacción general con la empresa o institución donde realizaron las prácticas.

Deberían estudiarse algunos aspectos como el asesoramiento recibido durante el desarrollo de las prácticas externas, la información sobre prácticas externas disponible en la web de ESIC y Utilidad de la información sobre prácticas externas disponible en la web de ESIC.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School



Análisis de Datos y Conclusiones:

La satisfacción del alumno con las prácticas es adecuada pero recomendamos seguir su evolución

Propuestas de Mejoras al Indicador:

No procede

7.8.7 Satisfacción Programas de Movilidad

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 2014/ 2015.

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 auditoria 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 2013/14 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 2013/14 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 2013/14 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 2013/2014

Las mejoras que se han implantado durante este año por Área son:

- Incrementar la Oferta de Grados Oficiales con dos nuevos productos (International Business, en Valencia)
- Puesta en marcha Plan Especial para alumnos de 1º y 2º
- Consolidación de los Premios a la Excelencia (2ª edición), generando un clima de esfuerzo, exigencia y valores.
- Fomento del espíritu emprendedor entre los alumnos.
- Se ha generado una mayor vocación internacional.
- Mejorada la coordinación Global en base a las visitas a Campus y a los Cursos de Verano/Jornadas Departamentales.
- Mejorada 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.
- Mejora de la evaluación del desempeño académico y satisfacción del profesorado.
- Generar una percepción de mayor cercanía por parte de la Dirección Académica.

Las mejoras que se han implantado durante este año por título son:

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

Grado de Implantación: Existe un enlace directo en la página principal de ESIC, con la pestaña "Tu opinión cuenta" en la parte inferior de la web.

Además dentro de cada título también se integra un apartado para el buzón de calidad.
http://www.esic.edu/calidad/buzon_virtual.php

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

Grado de Implantación: Sin completar: No pudo llevarse a cabo dado que la plataforma planificada en inicio no funcionó para el curso 2013/2014, y no se pudo aplicar la asignación de encuestas a alumno con el mínimo de asistencia adecuado. Será una mejora para este próximo curso.

- Mayor participación de los alumnos en la respuesta de las encuestas.

Grado de Implantación: Realizado: Se realizarán encuestas a través de la nueva plataforma para mejorar la participación.

- 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.

Grado de Implantación: Realizado: Se realizó y está publicado en web:

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2013/14 ESIC Business & Marketing School

- Plan de Encuestas a Alumnos de Prácticas Profesionales, Tutores Académicos.

Grado de Implantación: Realizado: Se realizó y está publicado en web:

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

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

Grado de Implantación: Realizado: nueva edición ajustándose a la Memoria verificada

9.1.2 Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2014/2015

Las mejoras que se han propuesto para este año por Área son:

- Aumentar un 7% el número de alumnos en el próximo curso.
- Incrementar la Oferta de Grados Oficiales en los Campus.
- Progresar hacia un nuevo Modelo de Gestión que optimice tanto el seguimiento de las diferentes Titulaciones como las tradicionales Áreas de Conocimiento.

Las mejoras que se han propuesto para este año por Título son:

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.001.

Mejora: Reducir la tasa de abandono

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.002.

Mejora: Coordinar la actuación del Departamento de Prácticas y los tutores académicos asignados a cada alumno.

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.003.

Mejora: Conocer con mayor grado de detalle la inserción laboral de los egresados

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.004.

Mejora: Mejorar el plan de comunicación de la oferta de cursos del aula multimedia

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.005.

Mejora: Conocer la información de las actividades de Investigación por Titulación

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.006.

Mejora: Conseguir que el 65% sea la tasa mínima de rendimiento para todas las asignaturas.

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.007.

Mejora: Mejorar la atención a los estudiantes en el último curso

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.008.

Mejora: Conocer con mayor grado de detalle el nivel satisfacción e inserción laboral de los egresados

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.009.

Mejora: Utilización de herramientas propia de recogida de información sobre satisfacción del Personal Docente.

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.0010.

Mejora: Utilización de herramientas propia de recogida de información sobre satisfacción del Personal No Docente.

10 CUADRO DE INDICADORES

Ver información sobre indicadores en:

<http://www.esic.edu/pdf/resumen-de-indicadores-grmk-13-14.pdf>