



ESIC Business & Marketing School

INFORME ANUAL DE TITULACIÓN
Título Superior en Dirección de Marketing y
Gestión Comercial (TSDMC)
CURSO ACADÉMICO 2014/15
Comisión de Titulación
Campus Madrid

Fecha Aprobación del Informe
por parte de la Comisión de Titulación:

17/01/2017

Informe Anual de la Titulación
Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.
Curso Académico 2014/15
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.....	5
2.3	Justificación del título.....	6
2.4	Normativa Académica	6
2.5	Características del título	7
2.6	Perfil de Ingreso y Egresado	7
2.7	Datos de Matrícula.....	9
2.7.1	Plazas de nuevo ingreso ofertadas	9
2.7.2	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	13
3.4.1	Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación	13
3.5	Orientación Profesional de la Titulación	14
3.5.1	Ratios de Orientación Profesional por curso en la Titulación	15
3.6	Prácticas Profesionales	16
3.7	Inserción laboral de los egresados.....	17
3.7.1	Ratios de Inserción por Actividades Profesionales	18
3.8	Otros	19
3.8.1	Premios a la Excelencia.....	19
3.8.2	Seguimiento muy cercano alumnos 1º y 2º Cursos	19
3.8.3	Participación de alumnos en los diferente Concursos y Premios	19
3.8.4	Aula Multimedia	20
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

Informe Anual de la Titulación
Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.
Curso Académico 2014/15
ESIC Business & Marketing School

5.2	Recursos humanos (PAS).....	25
6	MEMORIA DE ACTIVIDADES.....	26
6.1	Actividades desarrolladas	26
7	GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD EN LA TITULACIÓN.....	29
7.1	Procedimientos (Mapa de Procesos).....	29
7.2	Políticas/Procedimientos/Manuales.....	30
7.3	Comisión de la Titulación	31
7.4	Comité Académico de Grado.....	33
7.5	Reuniones otros equipos.....	33
7.6	Evaluación del Aprendizaje	36
7.6.1	Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento	36
7.6.2	Análisis Evaluación del Aprendizaje.....	37
7.6.3	Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación).....	39
7.6.4	Gestión de sugerencias y reclamaciones	41
7.6.5	Reconocimientos por Titulación (Quejas, Felicitaciones o Sugerencias).....	41
7.7	Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés	42
7.7.1	Satisfacción de los Alumnos	42
7.7.2	Satisfacción de Egresados	43
7.7.3	Satisfacción del Personal Docente.....	46
7.7.3.1	Satisfacción del Personal Docente respecto a la Titulación	46
7.7.3.2	Satisfacción de Personal Docente respecto a Infraestructuras e Instalaciones	46
7.7.4	Satisfacción de Personal No Docente	48
7.7.4.1	Satisfacción del Personal No Docente respecto a la Titulación	48
7.7.4.2	Satisfacción de Personal No Docente respecto a Infraestructuras y Clima Laboral.....	48
7.7.5	Satisfacción Agentes Externos	50
7.7.6	Satisfacción Prácticas Profesionales.....	50
7.7.7	Satisfacción Programas de Movilidad	52
8	RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES PROPIOS DE EVALUACIÓN. GRADO DE IMPLANTACIÓN.....	53
9	PROPUESTAS DE MEJORA PARA CURSO SIGUIENTE.....	54
9.1.1	Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2014/2015	54
9.1.2	Mejoras implantadas en cursos anteriores	56
9.1.3	Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2014/2015	57
10	CUADRO DE INDICADORES	¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

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 información de la 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.

2 PARA LA SOCIEDAD Y EL FUTURO ESTUDIANTE

2.1 Información previa a la matrícula.

El acceso a las enseñanzas de este Título requerirá estar en posesión del título de bachiller o equivalente y la superación de las pruebas de acceso que marque la Escuela.

La información necesaria para la matriculación podrá obtenerse a través de la página web o el departamento de admisiones.

<http://www.esic.edu/documentos/academico/PRO-P-21-E.pdf>

Análisis de Datos y Conclusiones:

No procede

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

2.2 Características del plan de estudios

A continuación se detallan los alumnos de Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial en los últimos cursos.

Número de matriculados según Plan de Estudios por curso*

Curso	2012/13	2013/14	2014/15	Variación
Total Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (TSDMC)	540	524	512	-2,3%

*Alumnos matriculados en Plan 2009

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Continúa una leve disminución en la matriculación de los últimos años.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

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 título se ha plasmado en una demanda real y creciente de alumnos desde la implantación de estos estudios de Marketing en 1965.

Relación Oferta-Demanda de la Titulación

	2012/13	2013/14	2014/15	Variación
Plazas Admitidos	69	55	56	1,8%
Plazas Matriculados	58	49	49	0,0%

Fuente Dpto. de Admisiones ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se mantiene la tendencia del curso anterior. La mejora propuesta continua vigente para el próximo curso académico 2015/2016.

Propuestas de Mejoras al Indicador

Mejora: Incrementar la demanda del Título.

Causa: Bajada considerable de la demanda del Título respecto al año anterior.

Acciones a Desarrollar: Actividades a desarrollar desde el Departamento Comercial del Área, con colegios, potenciales alumnos y padres de los mismos, ferias, etc.

Responsables: Director Comerciales del Área de Grado.

Tiempo Realización: 2014/2015 – 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.TSDMC.002

2.4 Normativa Académica

ESIC ofrece a los alumnos del Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, como aportación a la información general necesaria para facilitar el mejor desarrollo de la acción formativa de la Escuela la Guía Académica para su titulación, la cual está publicada tanto en la web como en el Campus Virtual, y es actualizada cada año.

<http://www.esic.edu/es/titulo-superior-direccion-marketing-gestion-comercial/>

Análisis de Datos y Conclusiones:

No procede

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

2.5 Características del título

Uno de los títulos más completos de Marketing en España, que capacita para poder adaptarse a las cambiantes necesidades del mercado y desempeñar funciones en cualquier nivel jerárquico. Con un plan de estudios con el mayor nivel de especialización en marketing existente en el mercado, esta carrera se posiciona como líder del sector, combinando todos los instrumentos del marketing, la estrategia y las competencias comerciales, tan necesarias para desarrollar una carrera profesional de éxito en cualquier compañía nacional o internacional.

Se pueden comenzar los estudios en Madrid, Valencia, Zaragoza, Navarra, Sevilla, Málaga o Barcelona y obtener, en tres años, el Título Superior en Marketing; continuarlos en Madrid o Valencia y completar los créditos necesarios para obtener el Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

http://www.esic.edu/es/titulo-superior-direccion-marketing-gestion-comercial/?s=academica_objetivos

Análisis de Datos y Conclusiones:

No procede

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

2.6 Perfil de Ingreso y Egresado

Para este Título, ESIC se rige por la normativa vigente en la Guía Académica:

http://www.esic.edu/pdf/guia_madrid_tsmk_2014-2015.pdf

A continuación se detallan los datos generales de los perfiles de ingreso para este Título.

Perfil de ingreso *

	2012/13	2013/14	2014/15	Variación (p.p)
Alumnos de nuevo ingreso: Mujeres	26,0%	33,0%	37,5%	4,5pp
Alumnos de nuevo ingreso: Hombres	74,0%	67,0%	62,5%	-4,5pp
Alumnos de nuevo ingreso de fuera de la CAM	17,0%	27,0%	8,3%	-18,7pp
Alumnos de nuevo ingreso: Extranjeros	10,0%	14,0%	0,0%	-14,0pp
Alumnos de nuevo ingreso matriculados a tiempo completo	100,0%	100,0%	100,0%	

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

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Perfil de salida *

Para analizar el perfil de egresado se contemplarán tanto los Indicadores solicitados por el Sistema de Calidad de la URJC para los Grados Oficiales como las variables descritas en la Política de Perfil de Ingreso y Egresado de ESIC y en base a estos Indicadores analizamos el Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

A continuación se anexa la tabla de egresados. Esta información se inicia al completar la primera cohorte de entrada los 4 años más 1. Para este informe del curso 2014/15 analizamos la graduación de la cohorte de entrada 2009/10 y 2010/11

Tabla de Indicadores de perfil de egresado de TSDMC

		2009/10	2010/11	Variación (p.p)
1. Tasa de graduación por modalidad				
	TIEMPO COMPLETO	100,0%	100,0%	0,0pp
2. Tasa de graduación por sexo				
	HOMBRES	56,0%	81,8%	25,8pp
	MUJERES	44,0%	18,2%	-25,8pp
3. tasa de graduación por país de procedencia				
	ESPAÑA	98,0%	90,9%	-7,1pp
	RESTO	2,0%	9,1%	7,1pp
4. Tasa de graduación por edad				
	18 AÑOS O MENORES A 18			
	19 – 25	69,0%	50,0%	-19,0pp
	26 – 29)	22,0%	36,4%	14,2pp
	30 – 39 (10)	8,0%	9,1%	1,1pp
	40 – 45 (0)	0,0%	0,0%	0,0pp
	46 AÑOS O MÁS (1)	0,0%	4,5%	4,5pp

(Nota: Desglose por año académico cohorte de entrada)

Fuente **Secretaría General de ESIC**

Para más información sobre las áreas donde terminan trabajando nuestros alumnos: <http://www.esic.edu/es/titulo-superior-direccion-marketing-gestion-comercial/?s=perfil>

Análisis de Datos y Conclusiones:

Respecto al perfil de ingreso se observa una tendencia hacia el equilibrio entre las mujeres y hombres matriculados.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

2.7 Datos de Matrícula

2.7.1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas

La Titulación ofrece plazas para dar respuesta a la demanda que anualmente se tiene para la Titulación.

2.7.2 Número de alumnos matriculados y Bajas

En la siguiente tabla se muestran las tasas de abandono desglosadas en los diferentes cursos académicos, correspondientes el Plan 2009.

En el Informe Anual de Titulación del curso 2015/16, dispondremos de la Tasa de Abandono del Plan 2013.

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	Variación (Puntos Porcentuales)
Tasa de abandono	25,0%	25,0%	28,8%	38,3%	9,5 pp
Distribución de abandonos por sexo					
HOMBRES	76,0%	78,9%	93,3%	91,3%	-2,0 pp
MUJERES	24,0%	21,1%	6,7%	8,7%	2,0 pp
Distribución de abandonos por país de procedencia					
ESPAÑA	100,0%	100,0%	86,7%	95,6%	8,9 pp
OTRO	0,0%	0,0%	13,3%	4,4%	-8,9 pp
Distribución de abandonos por edad					
18 años o menor de 18 años	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 pp
19 - 25	100,0%	89,4%	93,3%	100,0%	6,7 pp
26 - 29	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 pp
30 - 39	0,0%	5,3%	0,0%	0,0%	0,0 pp
Más de 40	0,0%	5,3%	6,7%	0,0%	-6,7 pp

(Nota: Desglose por año académico cohorte de entrada)

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

El criterio para dar por consolidada una baja requiere que hayan transcurrido dos años desde la matriculación.

Se aprecia un incremento progresivo en la tasa de abandono en los últimos períodos registrados.

Se planteó una propuesta de mejora para este apartado con el código 2014.MEMORIA.TSDMC.003

Esta propuesta va a ser modificada por lo que se sustituye por la indicada a continuación.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Recopilar y analizar información sobre las motivaciones de los abandonos.

Causa: Tasas elevadas de abandono.

Acciones a Desarrollar: Contactar de forma personalizada con el alumno averiguando las causas de abandono.

Responsables: Tutores académicos, Coordinación Académica, Secretaría.

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2015.MEMORIA.TSDMC.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 en 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-ade-madrid/?s=academica_plan

Durante el curso se ha trabajado la 5ª edición de las Guías Docentes, incorporando un mayor detalle respecto a la ubicación y contacto para las tutorías del profesorado; Resultados de Aprendizaje y Adecuación de la Evaluación Continua a los créditos de las Asignaturas. Desde el curso pasado se cuenta con una comisión compuesta por un Director de Departamento, 1 representante de Calidad y 1 profesora/tutora/coordinadora de asignatura para diseñar los Modelos de Guía Docente.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se sigue perfeccionando y ampliando el contenido de las guías docentes en cada curso académico.

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.

Modificación de asignaturas de cuatrimestres y cursos

La asignatura de Tecnologías Multimedia se ha trasladado a 1º.

Mejoras implantadas en el curso académico

En la Reunión de Revisión del Sistema, la Unidad de Calidad presentó el Informe de Auditoría Interna 2015 ante los asistentes. Se comentan los puntos fuertes y débiles del Modelo de Calidad detectados a través de las auditorías.

En el Informe 2013/14 las NC y OBS en las Mejoras de Procesos de Prestación de Servicios se listaron conjuntamente tanto las de a nivel Formativo como las de Servicio Complementario.

Para el 2014/15 presentamos dicha información separada, incluyendo en Servicios Complementarios, no sólo el Área de grado sino también del Campus, con el objetivo de una información más detallada al respecto.

A continuación se listan las mejoras identificadas en los bloques de procesos de la Cadena de Valor del Título. Dichas mejoras fueron identificadas a través del proceso de auditoría interna.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

	NC	OBS
Mejoras Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado (PR.2)	2	1
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Formativo (PR.3)	9	2
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Complementario (PR.3)	19	3
Mejoras Procesos de Apoyo-Prestación del servicio (PR 4)	2	1
Total Mejoras Cursos Académico	32	7

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Las mejoras del 2014/15 se ven reflejadas en el Informe de Auditoría Externa de la implantación de AUDIT, en el que se revisó el SGIC de ESIC y se entrevistó a los Grupos de Interés implicados en el mismo. El Equipo Auditor lo trasladó como Fortalezas detectadas del Sistema y se pueden ver en el apartado 3.2.2 del presente Informe.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Las mejoras implantadas en las diferentes Áreas de ESIC, mejorará la percepción de todos los Grupos de Interés.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

3.2.2 Grado de cumplimiento

Los procedimientos que se han mejorado del 2014 al 2015 son:

- La formulación, implantación, seguimiento y revisión de la estrategia de calidad.
- La revisión de resultados por la Dirección a partir de la documentación generada.
- La atención al estudiante, en particular a los de nuevo ingreso, tanto en la información que se les facilita, como mediante el acto de bienvenida, a través del plan de acción tutorial, de los denominados cursos cero y de los cursos específicos que solicitan los tutores.
- Las reuniones sistemáticas con los delegados de los estudiantes, así como las que tiene la dirección con cada uno de los grupos.
- La gestión de quejas y sugerencias, detectándose una rápida respuesta por parte de la Dirección.
- Las auditorías internas que periódicamente se realizan.
- La evaluación del profesorado mediante DOCENTIA.
- Los procedimientos de diseños y rediseños de programas, en los que participan expertos externos.
- La bienvenida y atención al personal académico y no académico que se incorpora al Centro.
- La difusión e información de los programas de movilidad.
- La información que se facilita a los grupos de interés internos a través de la página Web.
- La orientación de los estudiantes que quieren realizar un postgrado, a fin de seleccionar el que mejor se adapta a su perfil.
- Los medios tecnológicos con que cuenta el Centro para el desarrollo de su actividad.
- La rápida respuesta de la Dirección ante la solicitud de formación específica por parte del personal tanto académico como no académico.
- La organización de diferentes actividades para el personal académico en el periodo en que han concluido los exámenes.
- El fomento de la relación con los antiguos alumnos, así como la bolsa de trabajo.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

- La cercanía y sensibilidad de la Dirección hacia todos los miembros de la organización, incluidos los estudiantes.
- El notable incremento del número de doctores.
- El compromiso de la Dirección por la Mejora Continua.
- El despliegue de los sistemas de calidad a toda la organización.
- La coordinación entre Dirección general de ESIC ubicada en Madrid y el equipo de Dirección del centro de ESIC en Valencia.

Fuente Informe de Auditoría de Audit 2014

Análisis de Datos y Conclusiones

Se ha llevado a cabo la mejora en 21 procedimientos propuestos.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Plan de coordinación vertical y horizontal de los departamentos y asignaturas que puedan tener relación.

Causa: Evitar duplicidades en las distintas materias y mejorar el desarrollo de contenidos.

Acciones a Desarrollar: Reuniones de los Profesores implicados y de los Directores de Departamento.

Responsables: Directores de Departamento y Comisión de Titulación y Coordinadores de asignaturas

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2015.MEMORIA.TSDMC.002

3.2.3 Análisis de Memoria Académica de Titulación

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede.

3.3 Información relativa a la extinción del plan antiguo

No se dispone de información del curso 2012/2013. Los datos facilitados por Secretaría son los siguientes:

	2012/13	2013/14	2014/15	Variación
Nº Alumnos pendientes del Plan Antiguo de la misma Titulación o asimilada	0	73	33	-54,8%

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Continúa la disminución de alumnos matriculados en planes antiguos hasta su total extinción.

Propuestas de Mejora al Indicador:

No procede

3.4 Programas de movilidad

Desde hace años facilitamos a nuestros alumnos la oportunidad de ampliar su formación con experiencias internacionales en universidades de todo el mundo. A través del Departamento de Relaciones Internacionales te brindamos la oportunidad de vivir y participar en una experiencia multicultural que mejore tus conocimientos en idiomas, te proporcione capacidad de adaptación en un entorno diferente y desconocido y la posibilidad de obtener un título oficial del país donde decidas ir.

Las opciones y los destinos son muy variados y seguro que encuentras el que se adapta a tus preferencias y necesidades: convalidaciones de estudios, programas de investigación, cursos de verano, prácticas en empresa, intercambios anuales con, oportunidades para ampliar el dominio del idioma, etc.

Para ayudar al alumno a elegir contamos con el Servicio de Asesoramiento Internacional al Estudiante (SAIE). Un departamento específico de consulta y asesoramiento que da soluciones y recopila toda la documentación necesaria para gestionar tus estudios en universidades internacionales que tienen convenios de formación con ESIC, dando apoyo tanto a los alumnos del área de grado como de postgrado.

Algunos de los múltiples recorridos internacionales que tenemos:

<http://www.esic.edu/es/titulo-superior-direccion-marketing-gestion-comercial/?s=garantia>

Análisis de Datos y Conclusiones:

No procede

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

3.4.1 Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación

	2012-2013	2013-2014	2014/15	Variación
Alumnos del Título en Programas Internacionales	20	12	14	16,7%
Alumnos Internacionales en el Título	15	12	79	558,3%
	35	24	93	287,5%
Total de Convenios Internacionales para TSDMC	19	20	20	0,0%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se observa un incremento sustancial de alumnos internacionales en el último período

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

3.5 Orientación Profesional de la Titulación

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

TITULACIÓN Campus: Madrid	TSDMC – 2º Curso 2013/14	TSDMC – 2º Curso 2014/15	Variación
Despertar inquietudes emprendedoras	7,6	7,4	-2,6%
Oferta de prácticas de empresa	*	*	N/A
Formación en habilidades de directivas	7,6	7,4	-2,6%
Actividades de orientación profesional y personal	6,7	6,4	-4,5%

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

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

TITULACIÓN Campus: Madrid	TSDMC – 4º Curso 2013/14	TSDMC – 4º Curso 2014/15	Variación
Despertar inquietudes emprendedoras	6,8	6,8	0,0%
Oferta de prácticas de empresa	4,7	6,4	36,2%
Formación en habilidades de directivas	6,4	7,1	10,9%
Actividades de orientación profesional y personal	5,1	5,6	9,8%

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

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se valora de manera positiva el incremento de la oferta de prácticas de empresa en el último período. En el resto de apartados se mantienen valoraciones similares a las del curso anterior.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

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	2014/15	Créditos por curso	%
Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (TSDMC) – Plan 2013	1º	24	69	34,8%
	2º	27	72	37,5%
Total (TSDMC) – Plan 2013		51	141	36,2%
Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (TSDMC) – Plan 2009	1º	21	69	30,4%
	2º	24	69	34,8%
Total (TSDMC) – Plan 2009		49	138	35,5%

Fuente Dirección Académica de Grado ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se valora positivamente el incremento de créditos con orientación profesional en el plan 2013 respecto al anterior.

Propuestas de Mejora al Indicador:

No procede

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/titulo-superior-direccion-marketing-gestion-comercial/?s=practicas_externas

INDICADOR	2012/13	2013/14	2014/15
DURACIÓN MEDIA DE LAS PRÁCTICAS (HORAS)	676 ¹	733 ²	641 ⁴
VALORACIÓN ACADÉMICA PRÁCTICAS	9,9	9,8	8,5
VALORACIÓN ADECUACIÓN FORMACIÓN	8,5	8,8	8,2
CALIFICACIÓN MEDIA	8,7	8,9	8,3
Nº DE ESTUDIANTES MATRICULADOS	134	161	133
Nº DE ESTUDIANTES APROBADOS	76	100	76
Nº DE ESTUDIANTES REALIZANDO PRÁCTICAS	68	95	54
Nº DE ENTIDADES / EMPRESAS OFERTADAS	- ³	0,8%	0,8%
Nº DE PLAZAS ASIGNADAS	68	95	54
TASA DE SUPERACIÓN	100,0%	100,0%	100,0%
ESTUDIANTES REALIZANDO PRACTICAS / Nº DE ESTUDIANTES MATRICULADOS	51,0%	59,0%	41,0%

Fuente Dpto. de Prácticas Externas de ESIC

1: La duración media es de 676 horas, siendo 550 curriculares y el resto extracurriculares.

2: La duración media es de 733 horas, siendo 550 curriculares y el resto extracurriculares.

3: Dato no existente.

4: La duración media es de 641 horas, siendo 550 curriculares y el resto extracurriculares.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se aprecia una ligera disminución en varios de los ítems analizados, considerando que las cifras de referencia son muy altas, las valoraciones actuales son satisfactorias.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

3.7 Inserción laboral de los egresados

Para el análisis de la inserción laboral de los egresados de la titulación se realiza en distintas vías. Por un lado a través del **Dpto. de Carreras Profesionales del Campus** desde donde se hace un seguimiento continuado de ofertas y demandas de puestos de trabajo de egresados de la titulación. Por otro lado se realiza una **Encuesta de Inserción laboral a los egresados**, donde se valora no sólo 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/titulo-superior-direccion-marketing-gestion-comercial/?s=atencion_carreras

Los resultados sobre la Encuesta de Inserción Laboral que se recibieron en el curso 2014/15, se analizan en el apartado 7.8.1 de este informe.

Los nombramientos alcanzados se publican en la **Revista Alumni de ESIC**, a continuación se listan las publicaciones de la revista en el 2013, 2014 y 2015:

2013

Número 26: <http://www.esic.edu/alumni/revista/26/index.html>

Número 27: <http://www.esic.edu/alumni/revista/27/index.html>

Número 28: <http://www.esic.edu/alumni/revista/28/index.html>

2014

Número 29: <http://www.esic.edu/alumni/revista/29/index.html>

Número 30: <http://www.esic.edu/alumni/revista/30/index.html>

Número 31: <http://www.esic.edu/alumni/revista/31/index.html>

Número 32: <http://www.esic.edu/alumni/revista/32/index.html>

2015

Número 33: <http://www.esic.edu/alumni/revista/33/index.html>

Número 34: <http://www.esic.edu/alumni/revista/34/index.html>

Número 35: <http://www.esic.edu/alumni/revista/35/index.html>

Número 36: <http://www.esic.edu/alumni/revista/36/index.html>

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

3.7.1 Ratios de Inserción por Actividades Profesionales

El informe de inserción laboral de ESIC, ha tenido un % de respuesta muy bajo que no es representativo, por lo que de él, no se pueden sacar conclusiones relevantes.

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		Tabla 15. Primer empleo: área funcional	
	(%)		(%)
Staff	72,9	Marketing	60,9
Responsable de Área	17,3	Finanzas	8,3
Propietario	6,0	Servicios Generales	8,3
Director Área	3,8	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>

Análisis de Datos y Conclusiones:

La falta de datos representativos no permite la realización de ningún análisis.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Obtener un número de respuestas suficientemente significativo.

Causa: El volumen de encuestas recopiladas se considera no representativo.

Acciones a Desarrollar: Definir un procedimiento que optimice la participación del egresado

Responsables: Departamento de Antiguos Alumnos y Carreras Profesionales

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2015.MEMORIA.TSDMC.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 3ª Edición Premios Excelencia, y como se planificó el curso pasado, se han actualizado los criterios de adjudicación de los Premios, el proceso de avales de los profesores, digitalizado la fase documental, 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 buenos 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

ESIC cuenta con un Manual de Bienvenida para Nuevos Alumnos, el cual es entregado en los primeros días del nuevo curso.

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.

http://www.esic.edu/es/titulo-superior-direccion-marketing-gestion-comercial/?s=atencion_cursos

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 2014 (<http://www.esic.edu/calidad/pdf/memoria-resumen-de-esic-2014-version-espanol.pdf>)

3.8.4 Aula Multimedia

Durante este curso se han celebrado 8 cursos de los 13 programados. Para 2015/16, los seminarios se reducen a 5 horas, con el objetivo de hacerlos más operativos y se van a programar 26 cursos.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Estimamos escasa la demanda de cursos de estas características teniendo en cuenta la importancia y vigencia de los contenidos desarrollados.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Aumentar la comunicación de la oferta de cursos del aula multimedia

Causa: Escaso conocimiento del alumnado de los cursos planteados.

Acciones a Desarrollar: Implementar un plan de comunicación.

Responsables: Departamento de Marketing y Responsable aula multimedia.

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2015.MEMORIA.TSDMC.004

4 PROFESORADO

Puede visualizarse el claustro de profesores en el siguiente enlace, pulsando en cada una de las Guías Docentes de las asignaturas.

<http://www.esic.edu/buscador-guias-docentes/?IdP=21>

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 Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial de Marketing en Madrid son:

Perfil Profesorado

	2013/14	2014/15*
Total Profesores de la Titulación	44	45
Licenciados/Ingenieros	34	35
Doctores	10	10
Doctores Acreditados	5	4
Tasa % Doctores Acreditados	50,00%	40,00%

Fuente **Secretaría General de ESIC**

*Claustro de Profesorado Plan 2013

Análisis de Datos y Conclusiones:

No procede

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

4.2 Actividad investigadora

Se podrá ver mayor detalle de la investigación del año 2014/2015 en la Memoria de Investigación:

http://www.esic.edu/pdf/memoria_de_investigacion_esic_2014_2015.pdf

Los datos mostrados en el 2012/13 y 2013/14 son Los Proyectos de Innovación y Mejora Docente por parte del profesorado de ESIC a nivel nacional.

DATOS DEL PROFESORADO DE ESIC

	2012/13	2013/14	Variación
Nº Notas Técnicas Publicadas	9	6	-33,33%
Nº Libros de texto/prácticas publicados	12	20	66,67%
Nº Casos de Estudio	8	12	50,00%
Colaboración con proyectos institucionales de Innovación y Mejora Docente	36	24	-33,33%

*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	114,28%
Nº artículos publicados en Revistas científicas Internacionales	14	30	114,28%
Nº Comunicaciones en Congresos Nacionales	18	20	11,11%
Nº Comunicaciones en Congresos Internacionales	18	21	16,67%
Nº Proyectos de Investigación Aprobados	2	1	-50,00%

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

En este 2014/15 presentamos la información referente a Los Proyectos de Innovación y Mejora Docente por parte del profesorado separada por titulaciones.

Los datos del profesorado del Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial son:

DATOS DEL PROFESORADO DE TSDMC

	2014/15
Nº Notas Técnicas Publicadas	1
Nº Libros de texto/prácticas publicados	12
Nº Casos de Estudio	3
Colaboración con proyectos institucionales de Innovación y Mejora Docente	2

Fuente Dpto. de Investigación ESIC

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

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

	2014/15
Nº artículos publicados en Revistas científicas Nacionales	1
Nº artículos publicados en Revistas científicas Internacionales	3
Nº Comunicaciones en Congresos Nacionales	4
Nº Comunicaciones en Congresos Internacionales	13
Nº Proyectos de Investigación en los que participa el profesorado	16

Fuente Dpto. de Investigación ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los datos de investigación en la titulación presentan una proporcionalidad aceptable respecto a la actividad total a nivel nacional.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

4.3 Calidad del Profesorado:

ESIC busca mejorar la Percepción de la Calidad del Profesorado.

- Incremento del sentido de pertenencia del Profesorado:
 - Jornadas Anuales de Departamentos/Cursos de Verano.
 - Este año se ha dado prioridad a los cursos de formación para Moodle tanto en Grado como Postgrado.
 - Jornadas Departamentales.
 - Primera quincena de junio – Investigación de Mercados y Métodos Cuantitativos con ANEIMO y NIELSEN en Madrid
 - Última semana de junio – Comunicación y Publicidad en Salamanca
 - Primera semana de julio – IMAT 2015, en Valencia; Dirección de Empresas, en Valencia
 - Reuniones de profesores por Departamentos.
 - Tres al año en Pozuelo
 - En Campus, una adicional por Departamentos, coincidiendo con las visitas de los Directores de Departamento
 - Asistencia a los claustros superior al 75%, un 10% más que el año pasado, 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 y en base a las propuestas planteadas por los responsables de cada Unidad.
 - Se propone el desarrollo de un plan para aquellos profesores que imparten asignaturas en inglés, y quieran mejorar su nivel de cualificación.

En el curso 2012/13 se implantó un nuevo cuestionario bajo criterios Docencia de ANECA. Para el curso 2014/15 los resultados fueron los siguientes:

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

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Del total de profesorado auditado, 20 impartían clase en el Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, de los cuales 8 fueron evaluados con una nota final de **EXCELENTE**, 9 con **NOTABLE**, 2 con **BIEN** y tan solo 1 con **MEJORABLE**.

El informe completo puede verse en la web de ESIC:

<http://www.esic.edu/calidad/docentia.php>

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los resultados del conjunto evaluado resultan satisfactorios.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

4.4 Programas de Movilidad del Profesorado

En el curso 2014/15, un total de 2 profesores participaron del programa de docencia en universidades extranjera, si bien se concedieron un total de 5 plazas de 15 solicitudes presentadas. En el programa de formación en universidades extranjeras se concedió 1 plaza.

	2013/14	2014/15	Variación
Profesores con acuerdos erasmus docencia	4	2	-50%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

En el curso 2014/15 se presentaron 15 solicitudes para el programa de movilidad docente.

La comisión de evaluación siguió los siguientes criterios para la selección de profesores, por este orden: Idioma (preferible impartir en inglés), Doctor, Tipo Contrato ESIC, no haber ido el año anterior.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se manifiesta una escasa movilidad del personal docente.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

5 OTROS RECURSOS

5.1 Recursos físicos

El Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial 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
- Departamento de ESIC Emprendedores
- 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 Título, además de las instalaciones comunes, han usado este curso 10 aulas.

ESIC inauguró el curso pasado la nueva Biblioteca Universitaria de Pozuelo de Alarcón, que cuenta con más de 2.000 metros cuadrados, 155 puestos de estudio, 10 salas de estudio, 1 sala de conferencias para 45 personas, y que podrá ser usada tanto por los alumnos de ESIC como por alumnos de fuera del Campus.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Algunas mejoras realizadas sobre las Instalaciones del Campus han sido:

- En el Edificio central del Campus de Pozuelo (Área Universitaria) se instalaron en todas las Aulas, una toma de red eléctrica por cada fila, unos 10 enchufes por aula. En la 3ª planta, en 4 aulas, se cambiaron las mesas por unas nuevas con toma de red eléctrica en cada puesto de estudio; en otras 6 aulas, las mesas incorporaban una base múltiple con 4 enchufes.
- Renovación de la iluminación de 2ª planta del Área Universitaria.
- Pintura de los despachos de los Dptos.: Editorial, Carreras Profesionales, Marketing, Internacional y Reprografía.

Además ESIC pone a disposición del alumno:

<http://www.esic.edu/es/titulo-superior-direccion-marketing-gestion-comercial/?s=infraestructura>

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.

En este curso 2014/15, ESIC ha realizado una encuesta con el objetivo de conocer y valorar la opinión de los Trabajadores de ESIC. Se ha estudiado en función de la importancia y satisfacción para el empleado teniendo, en cuenta las diferentes categorías profesionales.

Los resultados de este estudio pueden verse en el apartado 7.7.3 y 7.7.4 de este mismo Informe.

Los cambios relacionados con el Personal Directivo decididos en la finalización del curso 2014/2015 fueron:

- Javier Zúñiga deja la Dirección del Departamento Académico de Economía, manteniendo su carga docente y haciéndose cargo de la Coordinación de ERASMUS de GRADE, GRMK y TSDCM. El Departamento se integra junto con el Departamento de Finanzas, pasando a denominarse Departamento Académico de Economía y Finanzas, con Javier Oñaderra como Director del Departamento.
- Jubilación parcial del Director del Departamento de Informática, Francisco Llamazares. Le sustituye como Directora del Departamento, Cristina Marín.
- Maruchy de Obesso asume la responsabilidad de Calidad de Grado, bajo la Dirección del Vicedecano de Grado.
- El Área de “Diseño, Seguimiento y Renovación de Títulos” ha sido creada durante este curso, y cuya Responsable es Maruchy de Obesso.
- También ha sido creado el puesto de “Soporte Técnico para las Comisiones de Titulación”, asumido por Manuel Cantero.

6 MEMORIA DE ACTIVIDADES

6.1 Actividades desarrolladas

- Nuevas Titulaciones de Grado.
 - International Business (Valencia)
 - Buena acogida
 - Digital Business (Madrid)
 - En proceso de Verificación
- Seguimiento de Títulos.
 - Nuevo Modelo de Gestión
 - Creación del puesto “Diseño, Seguimiento y Renovación de Títulos de Grado”
 - Creación del puesto “Soporte Técnico para Comisiones de Titulación”
 - Comisiones de Titulación
 - Renovación de los miembros. Madrid y Valencia
 - Elaboración de los Informes de Titulación, tanto los de la URJC, UMH como los de Seguimiento de ESIC.
 - Renovación de la Acreditación de Títulos – Madrid y Valencia
- Calidad.
 - AUDIT. Auditorías Internas. Preparación de Planes de Mejora.
 - Encuestas profesorado
 - Encuestas de Satisfacción a los Grupos de Interés
 - Docencia 2015. Planes de Mejora
 - Participación de 35 profesores Pozuelo y 10 Valencia
- Plan de Formación Profesorado
 - Inglés, en base a propuestas de los Responsables de cada Unidad
 - A través de Cursos de Verano y Jornadas Departamentales
- Internacionalización de Grado
 - Grupos en Inglés: 4 grupos
 - Coordinación Erasmus
 - Alumnos Título Oficial BEC: 130 alumnos
 - Movilidad del Profesorado
 - IN & OUT

Actividades Singulares

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

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Actividades Internas

- Comisión de Desarrollo y Seguimiento ESIC Emprendedores.
- Comisión de Desarrollo y Seguimiento AGRESSO.
- Participación en “MEET EMPLEO Y EMPRENDIMIENTO”.
 - Actividades específicas para alumnos de Campus.
- MOODLE GRADO.
 - Reuniones previas con Comisión creada al efecto
 - Madrid y Valencia al inicio del curso 2015/16; Barcelona desde el 2º semestre de 2015/16; el resto de Campus en 2016/17.
 - Cursos de formación.
 - Manual de uso.
- Voluntariado y Acciones Sociales.
 - MAS ESIC.
 - ONG REMAR.
 - Operación Kilo 2015.
 - Foro de Debate sobre temas Sociales y Ética.
- Valencia.
 - Seminario Marketing Personal.
 - SocialMads II: Microtalleres para crear estrategias en Social media.
 - Curso de Contabilidad Informatizada (Contaplus).
 - Seminario Marketing Deportivo.
- Curso de SPSS (Pozuelo).
- Generación espacios virtuales de colaboración.

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 más de 120 personas implicadas (bastantes de ellos del Área Académica de Grado).
- 11ª edición Premios ESIC-CREA.
- 11ª edición Premios Plan de Marketing en el Sector Hotelero (CAREM)
- 7ª edición Premio ESIC a la Iniciativa Emprendedora (Fundación Caixa). Asignatura Creación de Empresas.
- 2ª Edición Premio a la mejor Iniciativa Emprendedora en TFG (Fundación Caixa). Se resolverá en septiembre.
- Organización y Coordinación de la 8ª Edición Premios ESIC a la Investigación en Marketing (AEDEM 15).
- Organización y Coordinación de la 8ª Edición Premios ESIC a la Investigación en Administración de Empresas (AEDEM 15).
- Il Symposium “Inteligencia aplicada al Marketing Turístico” organizado por ESIC Valencia (Julio 2015).
- Programa AKADEMIA (Fundación Bankinter). Curso de un año, para 30 alumnos seleccionados (Premios a la Excelencia) sobre Innovación y Emprendimiento.
- “Finanzas para mortales”. Con Banco Santander. Participación 148 alumnos de GRADE y GRMK.
- Participación en “Hoy es Marketing”.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

- Acuerdos con:
 - Área de Innovación de INDRA (Asignatura Creatividad e Innovación –Madrid)
- ESPARTAPP (Generación automática de APP móviles) para asignaturas del ecosistema digital.
- CITIC y BIG Mentoring, sobre Emprendimiento y Grado (Málaga)
- Dirección y Organización actividades de Voluntariado ESIC (en Madrid; Internacional).Fundación ORBAYU.
- Dirección Técnica en los procesos de Acreditación y Evaluación del personal de CAJAMAR (nueve ciudades, más de 1000 participantes).
- Revistas Científicas de ESIC:
 - Editor en ESIC Market.
 - Dos nuevos números (11 y 12) editados en aDResearch ESIC.
- INNOCHALLENGE (Navarra).Con la Universidad de Navarra y Universidad de Mondragón.
- Participación en:
 - Jornadas sobre desempleo juvenil en Europa: La perspectiva hispano-alemana (Madrid).
 - Torneo Debate InterPoli 2014 (Valencia).
 - Campaña del Centro de Transfusión de la CC Valenciana (Valencia)
- Visita Base de la OTAN en Béjar (Valencia), temas de Comunicación para GRCOM y GRMK.

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.

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

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

Propuestas de mejora al Indicador

No procede

7.2 Políticas/Procedimientos/Manuales

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.

	Curso 2013/14		Curso 2014/15	
	Nueva Edición	Nuevo Documento	Nueva Edición	Nuevo Documento
Nuevos Procedimientos	11	0	6	0
Nuevas Políticas	0	4	1	3
Nuevos Manuales	1	0	2	0

Nuevas Ediciones:

POST.2.90 Bienvenida y Atención al Profesor ed.1
 GR.2.80 Bienvenida y Atención al Profesor ed.3
 5.100 Mejora Continua Ed.4
 5.10 Control de los Documentos Ed.5
 5.90 Seguimiento y Medición de Procesos Ed.4
 1.20 Proceso de determinación, difusión, seguimiento y revisión de objetivos Ed.5
 Manual de Calidad Ed.7
 Manual Docencia Ed.2
 Informe del Profesor/a sobre el Desarrollo de la Materia en un Máster Universitario Ed.1
 Guía Docente Ed.5
 Política de Comisiones de Grado y Postgrado Ed.1

Nuevos Documentos:

Política de Coordinación Docente de Grado y Postgrado Ed.0
 Anexo a Política de Comisión Académica de Titulación de ESIC_Glosario
 Anexo a Política de Comisión Académica de Titulación de ESIC_Calendario

Análisis de Datos y Conclusiones:

Continúa el proceso de actualización de manuales y procedimientos.

Propuestas de Mejoras al Indicador

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.

<http://www.esic.edu/pdf/comisiones-titulacion-esic-madrid-grado-15-16.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: 25/03/2015. 15:00/16:00

Miembros de Comité (Nombre y Puesto)

Asistentes:

D. Segundo Huarte (Vicedecano de Grado);

D. Francisco Llamazares (Director de la Titulación), D. Óscar Herranz (Coordinador)

Profesores/Tutores: D^a Cristina Sanz

PAS: D^a. Susana Valle (Secretaría de Grado)

Experto: Ignacio García Mazón (Profesor de Responsabilidad y Marketing Social Corporativo en URJC)

Alumnos por Titulación: D. Jaime Chávarri y D^a. Celia Montoya

Unidad de Calidad: Gracia Serrano (Directora de Calidad)

Unidad Técnica de Seguimiento y Renovación de Título: D. Manuel Cantero

Ausencia Justificada de: D. Javier Zúñiga, baja por enfermedad.

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
- Análisis detallado de los datos

Sistema de Evaluación DOCENTIA y Modelos de Calidad

- Explicación del Sistema de Evaluación para los profesores
- Se recuerda la importancia de la opinión de: Alumnos, Directores de Departamento y del propio profesorado.
- Informe de ANECA sobre Docencia: Alaban el proceso llevado a cabo por ESIC
 - o Recomendaciones por parte de ANECA haciendo hincapié en la importancia de evidenciar y hacer partícipes a los Grupos de Interés.
 - o Modelo de Calidad con una versión mejorada

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Informes: Seguimiento (URJC) y Anual (ESIC)

- Explicación de la diferencia entre los 2 informes
- Se recalca la importancia de las recomendaciones de mejora específicas por cada Titulación
- Aspecto clave: Revisión y aprobación del informe final por parte de los miembros de toda la Comisión, tal y como se indica en la Política de Comisiones, entregada en la reunión del Comité.

Aspectos a tener en cuenta

- Se recuerda los mecanismos de escucha activa de ESIC, los cuales aportan un gran valor añadido a las Comisiones
 - o Reuniones Delegados
 - o Tutores de Grupo
 - o Coordinación Académica
 - o Directores de Departamento
 - o Reuniones con Secretaría
 - o Encuestas
 - o Reuniones con Profesores
 - o Buzón de Calidad (físico y virtual)
- Cada Comisión debe utilizar los mecanismos a su alcance dado que su principal objetivo es captar información y mejorar la Titulación

Líneas de actuación

- Revisión minuciosa del borrador del Informe Anual de la Titulación
- Puesta en común, por parte del Director y Coordinador, del Informe de Titulación
- Entrega del Informe final
- Obtención de información acerca de las mejoras y sugerencias obtenidas
- Convocatoria de la II Reunión del Comité de la Titulación del Grado Oficial en Marketing

Acta 2

Fecha: 16/07/2015. 10:30/11:30

Miembros de Comité (Nombre y Puesto)

Asistentes:

D. Segundo Huarte (Vicedecano de Grado);

D. Francisco Llamazares (Director de la Titulación), D. Óscar Herranz (Coordinador)

PAS: D^a. Susana Valle (Secretaría de Grado)

Alumnos por Titulación: D. Jaime Chávarri y D^a. Celia Montoya

Unidad Técnica de Seguimiento y Renovación de Título: D. Manuel Cantero

Ausencia Justificada de: D. Javier Zúñiga, baja por enfermedad, D^a Cristina Sanz por encontrarse de vacaciones, D. Ignacio García Mazón (Experto: Profesor de Responsabilidad y Marketing Social Corporativo en URJC) por motivos de trabajo.

Temas a tratar:

Sin temas pendientes (seguimiento)

Los temas tratados:

Se lleva a cabo la reunión con los miembros de la Comisión del Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Se agradece la asistencia de los dos alumnos miembros de la Comisión

Se aprueba el Acta anterior

Revisión de Mejoras Propuestas:

- Definición del alumno que causa baja. D^a Susana Valle (PAS) traslada la importancia de de identificar Bajas y Abandonos
- Puesta en práctica del Modelo de Tutorías Académicas para los Alumnos en Prácticas en Empresas
- Se analiza la Evaluación del Aprendizaje y se debate sobre aquellas iniciativas a implementar para las Asignaturas cuyas Tasas de Rendimiento sean inferiores al 65%.
 - Representantes de los Alumnos y Dirección y Coordinación de la Comisión plantean la posibilidad de emprender iniciativas que animen a los alumnos a verse más integrados y motivados desde el inicio del curso

Revisión Web

- Con el objetivo de garantizar la transparencia en la información, la Comisión se compromete a llevar a cabo la revisión web

Se comunica a la Comisión, una vez incorporados unos datos pendientes, se enviará el Informe para su análisis, propuestas de mejoras y posterior aprobación.

No habiendo más temas a tratar, se levanta la sesión.

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: 27/09/2014

Miembros del Equipo de Mejora

Directores: Director General, Decano y Vicedecano

Otros invitados: Coordinador Área Académica de Grado (mañanas), 11 Tutores

Ausencia justificada de Javier Uruñuela (Coordinador Área Académica de Grado - tardes) y Eduardo Gómez (Director Adjunto a la Dirección)

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

Aprobación del acta anterior (09.07.2014)

Nuevos temas tratados:

Bienvenida a los nuevos tutores para este curso por parte del Decano.

Se agradece la labor que desempeñan los tutores, la cual considera muy importante de cara a alumnos, padres y también por parte de la Dirección de la Escuela.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Se informa a los Tutores de la superación por parte de ESIC, del proceso AUDIT (ANECA), igualmente se comenta el proceso DOCENTIA, por el cual han pasado ya 40 profesores, esperando que el próximo año sean otros 40.

Es año previo al 50 aniversario de ESIC, por lo que conllevará la realización de importantes actividades académicas.

El Vicedecano da a conocer algunos datos del inicio de Curso.

Las inauguraciones para este año 2014/15, han sido muy positivas, y al Claustro han asistido más del 75% de los Profesores. La elección de delegados se ha realizado en todos de los Grupos.

Empezamos la 2º Edición de "Generación de Hábitos de Estudio", con unos 100 alumnos interesados. ESIC pone en marcha la 3ª Edición de Premios Excelencia. Se solicita a los Tutores colaboración proactiva en su difusión y animación a participar.

Se recuerda que se debe ser muy estrictos con la Disciplina en Aula. Ante cualquier falta, hay que informar a Coordinación Académica, para que se inicie el proceso correspondiente.

ESIC trabaja en aumentar el portfolio de productos y en la preparación para la Renovación y Seguimiento de los Títulos Oficiales.

Intervención de los Tutores y Coordinación Académica

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

Desde coordinación se agradece la colaboración de los tutores.

Departamento de Humanidades

Se solicita ayuda a los Tutores para la comunicación de las actividades de voluntariado; todos han recibido un email informativo al respecto.

El Director General da sus impresiones acerca de la disciplina en el aula, las actividades de voluntariado, y se despide agradeciendo la colaboración a los asistentes y cerrando la reunión.

Al terminar la reunión, se entrega al Vicedecano un listado de peticiones por parte de los Tutores.

Acta 2

Fecha: 11/02/2015

Miembros del Equipo de Mejora

Directores: Director General, Decano y Vicedecano

Otros invitados: Coordinador Área Académica de Grado, 12 Tutores

Ausencia justificada de Javier Uruñuela (Coordinador Área Académica de Grado)

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

Aprobación del acta anterior (27.09.2014)

Nuevos temas tratados:

El Decano agradece la labor desempeñada por los Tutores, y muestra su total apoyo.

Se informa de la situación actual respecto a la duración de los Planes de Estudio de los Grados Oficiales, así como del proceso DOCENTIA donde participarán 34 profesores este año.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Expone su asistencia a la reunión de Decanos celebrada en Barcelona, donde se felicitó a ESIC por la gran labor llevada a cabo con el proceso de la Acreditación EPAS. Muy satisfechos con dicho proceso para IMBA y MIM (Postgrado).

El Vicedecano trata de nuevo el tema de la duración de los Planes de Estudios para Grados Oficiales. Da a conocer los datos del Plan de "Generación de Hábitos de Estudio" y se tratan temas generales de la escuela. (50 Aniversario, Reuniones con Delegados, Prácticas Externas, Cursos "0", Actividades 2º Semestre)

Intervención de los tutores para informar sobre las sensaciones y percepciones de sus grupos. El Director General da sus impresiones respecto a la Calidad de la escuela y traslada su agradecimiento y total apoyo.

El Vicedecano da por concluida la reunión, agradeciendo la asistencia a todos los presentes y mostrando nuevamente el apoyo a los tutores en el desempeño de su labor.

Acta 3

Fecha: 09/07/2015

Miembros del Equipo de Mejora

Directores: Director General y Vicedecano

Otros invitados: Coordinadores Área Académica de Grado, 12 tutores

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

Aprobación del acta anterior (11.02.2015)

Nuevos temas tratados:

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

Otros temas tratados fueron el incremento de portfolio de productos, próximas reuniones de las Comisiones de Titulación, el proceso de Evaluación del profesorado Docencia, cambios en las Guías Académicas, cierre de la Programación Académica, encuestas, formación Moodle para profesores y la incorporación de Tutores para 4º y 5º a partir del curso académico 2015/16.

El Vicedecano informa de determinados cambios que se van a producir en el Área de Grado, aprobados previamente por la Dirección General. Resume las peticiones realizadas por parte de los Tutores.

Intervención de los Tutores para informar sobre las sensaciones y percepciones de sus grupos.

Para concluir el Director General agradece la labor de los tutores y les muestra su total apoyo y comenta como el Tutor está más cerca del alumno, siendo una actividad más vocacional. Traslada la evolución positiva de la Escuela en Grado.

Al finalizar su intervención, desea unas muy buenas vacaciones a los presentes.

Una vez finalizada dicha intervención, el Vicedecano se despide deseando que disfruten su periodo de vacaciones a los asistentes 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

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

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
83,1%	81,1%	67,4%	79,6%	89,8%	71,5%

Fuente Secretaría General de ESIC

2014-15 – Plan 2009			2014-15 – Plan 2013		
TASA DE PRESENTACIÓN	TASA DE SUPERACIÓN	TASA DE RENDIMIENTO	TASA DE PRESENTACIÓN	TASA DE SUPERACIÓN	TASA DE RENDIMIENTO
82,9%	89,0%	73,8%	74,7%	76,9%	57,4%

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se observa que la tasa de rendimiento en el 2014-15 ha bajado sustancialmente y se recomienda seguir este indicador

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

7.6.2 Análisis Evaluación del Aprendizaje

Curso 2014/15

Curso	Asignaturas	Matriculados	Aprobados	Suspensos	No presentados	Presentados
1º	Inglés I	61	39	22	16	45
1º	Introducción al Marketing	61	33	28	20	41
1º	Microeconomía	77	47	30	20	57
1º	Contabilidad I	71	20	51	23	48
1º	Matemáticas para la Empresa I	77	29	48	34	43
1º	Técnicas de Venta	66	46	20	15	51
1º	Comportamiento del Consumidor	73	27	46	19	54
1º	Teoría y Estructura de la Comunicación	74	37	37	17	57
1º	Sistemas Informáticos I	66	42	24	13	53
1º	Inglés II	64	41	23	16	48
1º	Macroeconomía	90	18	72	41	49
1º	Contabilidad II	82	31	51	28	54
1º	Pensamiento Social Cristiano	62	43	19	14	48
1º	Estadística	77	30	47	29	48
1º	Tecnologías Multimedia	68	36	32	25	43
1º	Introducción a la Empresa	59	40	19	15	44
1º	El Ecosistema Digital	72	42	30	21	51
1º	Sistemas Informáticos II	64	45	19	16	48
2º	Inglés III	42	29	13	9	33
2º	Inglés IV	36	30	6	5	31
2º	Negociación Comercial	44	33	11	4	40
2º	Emprendedores	45	40	5	4	41
2º	Derecho Empresarial I	44	32	12	2	42
2º	Planificación y Gestión de la Publicidad	46	37	9	5	41
2º	Investigación de Mercados I	44	30	14	5	39
2º	Análisis de Estados Financieros	48	28	20	11	37
2º	Matemáticas para la Empresa II	48	15	33	27	21
2º	Informática aplicada al Marketing	49	22	27	22	27
2º	Investigación de Mercados II	42	27	15	8	34
2º	Métodos de Previsión de Ventas	40	30	10	7	33
2º	Modelos para la Toma de Decisiones	38	23	15	7	31
2º	Dirección de Comunicación	39	36	3	2	37
2º	Organización de Empresas	39	33	6	4	35
2º	Dirección Comercial	38	35	3	2	36
2º	Derecho Empresarial II	38	33	5	2	36
2º	Costes para la Toma de Decisiones	40	19	21	12	28

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

3º	Cálculo Financiero	55	41	14	7	48
3º	Dirección de Marketing	52	36	16	3	49
3º	Dirección de Producto (Inglés)	51	40	11	3	48
3º	Distribución Comercial	51	49	2	0	51
3º	Informática Aplicada a la Gestión Empresarial	53	33	20	17	36
3º	Investigación de Mercados II	67	45	22	12	55
3º	Planificación y Gestión de la Publicidad	46	45	1	0	46
3º	Recursos Humanos	75	66	9	5	70
3º	Decisiones de Inversión y Financiación	73	38	35	22	51
3º	Dirección de Comunicación	48	48	0	0	48
3º	Dirección de Empresas	51	42	9	4	47
3º	Dirección de Equipos Comerciales	50	40	10	7	43
3º	Dirección de Precios	67	38	29	17	50
3º	Marketing Promocional	46	41	5	3	43
3º	Plan de Marketing	46	43	3	1	45
3º	Técnicas de Comercio Exterior (Inglés)	63	56	7	4	59
4º	Dirección Estratégica	108	80	28	10	98
4º	Dirección Internacional de Marketing	99	89	10	6	93
4º	Econometría	104	90	14	9	95
4º	Entorno Económico	102	94	8	5	97
4º	Gestión de la Imagen Corporativa (Inglés)	106	93	13	5	101
4º	Gestión Estratégica de Marcas	102	91	11	7	95
4º	Marketing Relacional, Directo e Interactivo I	100	85	15	6	94
4º	Marketing Sectorial	100	94	6	4	96
4º	Modelos Cuantitativos en Marketing	107	84	23	9	98
4º	Creación de Empresas	97	90	7	3	94
4º	Dirección de Operaciones y Tecnología	130	92	38	19	111
4º	Ética Empresarial	98	91	7	5	93
4º	Modelos para la Toma de Decisiones	108	95	13	6	102
4º	Negociación Intercultural (Inglés)	99	92	7	4	95
4º	Prácticas Externas	129	70	59	57	72
4º	Presupuestos y Control de Marketing	104	80	24	13	91
4º	Proyecto Fin Carrera	150	36	114	110	40
4º	Simulador de Marketing	97	86	11	4	93
4º	Marketing Relacional, Directo e Interactivo II	104	88	16	8	96
4º	Soluciones de Financiación para Emprendedores	95	92	3	1	94

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

7.6.3 Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación)

Curso 2014/15

Curso	Asignaturas	Tasa de Rendimiento	Tasa de Presentación	Tasa de Superación
1º	Inglés I	63,9%	73,8%	86,7%
1º	Introducción al Marketing	54,1%*	67,2%	80,5%
1º	Microeconomía	61,0%	74,0%	82,5%
1º	Contabilidad I	28,2%*	67,6%	41,7%
1º	Matemáticas para la Empresa I	37,7%*	55,8%	67,4%
1º	Técnicas de Venta	69,7%	77,3%	90,2%
1º	Comportamiento del Consumidor	37,0%*	74,0%	50,0%
1º	Teoría y Estructura de la Comunicación	50,0%*	77,0%	64,9%
1º	Sistemas Informáticos I	63,6%	80,3%	79,2%
1º	Inglés II	64,1%	75,0%	85,4%
1º	Macroeconomía	20,0%*	54,4%	36,7%
1º	Contabilidad II	37,8%*	65,9%	57,4%
1º	Pensamiento Social Cristiano	69,4%	77,4%	89,6%
1º	Estadística	39,0%*	62,3%	62,5%
1º	Tecnologías Multimedia	52,9%*	63,2%	83,7%
1º	Introducción a la Empresa	67,8%	74,6%	90,9%
1º	El Ecosistema Digital	58,3%*	70,8%	82,4%
1º	Sistemas Informáticos II	70,3%	75,0%	93,8%
2º	Inglés III	69,0%	78,6%	87,9%
2º	Inglés IV	83,3%	86,1%	96,8%
2º	Negociación Comercial	75,0%	90,9%	82,5%
2º	Emprendedores	88,9%	91,1%	97,6%
2º	Derecho Empresarial I	72,7%	95,5%	76,2%
2º	Planificación y Gestión de la Publicidad	80,4%	89,1%	90,2%
2º	Investigación de Mercados I	68,2%	88,6%	76,9%
2º	Análisis de Estados Financieros	58,3%*	77,1%	75,7%
2º	Matemáticas para la Empresa II	31,3%*	43,8%	71,4%
2º	Informática aplicada al Marketing	44,9%*	55,1%	81,5%
2º	Investigación de Mercados II	64,3%	81,0%	79,4%
2º	Métodos de Previsión de Ventas	75,0%	82,5%	90,9%
2º	Modelos para la Toma de Decisiones	60,5%	81,6%	74,2%
2º	Dirección de Comunicación	92,3%	94,9%	97,3%
2º	Organización de Empresas	84,6%	89,7%	94,3%
2º	Dirección Comercial	92,1%	94,7%	97,2%
2º	Derecho Empresarial II	86,8%	94,7%	91,7%
2º	Costes para la Toma de Decisiones	47,5%*	70,0%	67,9%
3º	Cálculo Financiero	74,5%	87,3%	85,4%

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

3º	Dirección de Marketing	69,2%	94,2%	73,5%
3º	Dirección de Producto (Inglés)	78,4%	94,1%	83,3%
3º	Distribución Comercial	96,1%	100,0%	96,1%
3º	Informática Aplicada a la Gestión Empresarial	62,3%	67,9%	91,7%
3º	Investigación de Mercados II	67,2%	82,1%	81,8%
3º	Planificación y Gestión de la Publicidad	97,8%	100,0%	97,8%
3º	Recursos Humanos	88,0%	93,3%	94,3%
3º	Decisiones de Inversión y Financiación	52,1%*	69,9%	74,5%
3º	Dirección de Comunicación	100,0%	100,0%	100,0%
3º	Dirección de Empresas	82,4%	92,2%	89,4%
3º	Dirección de Equipos Comerciales	80,0%	86,0%	93,0%
3º	Dirección de Precios	56,7%*	74,6%	76,0%
3º	Marketing Promocional	89,1%	93,5%	95,3%
3º	Plan de Marketing	93,5%	97,8%	95,6%
3º	Técnicas de Comercio Exterior (Inglés)	88,9%	93,7%	94,9%
4º	Dirección Estratégica	74,1%	90,7%	81,6%
4º	Dirección Internacional de Marketing	89,9%	93,9%	95,7%
4º	Econometría	86,5%	91,3%	94,7%
4º	Entorno Económico	92,2%	95,1%	96,9%
4º	Gestión de la Imagen Corporativa (Inglés)	87,7%	95,3%	92,1%
4º	Gestión Estratégica de Marcas	89,2%	93,1%	95,8%
4º	Marketing Relacional, Directo e Interactivo I	85,0%	94,0%	90,4%
4º	Marketing Sectorial	94,0%	96,0%	97,9%
4º	Modelos Cuantitativos en Marketing	78,5%	91,6%	85,7%
4º	Creación de Empresas	92,8%	96,9%	95,7%
4º	Dirección de Operaciones y Tecnología	70,8%	85,4%	82,9%
4º	Ética Empresarial	92,9%	94,9%	97,8%
4º	Modelos para la Toma de Decisiones	88,0%	94,4%	93,1%
4º	Negociación Intercultural (Inglés)	92,9%	96,0%	96,8%
4º	Prácticas Externas	54,3%*	55,8%	97,2%
4º	Presupuestos y Control de Marketing	76,9%	87,5%	87,9%
4º	Proyecto Fin Carrera	24,0%*	26,7%	90,0%
4º	Simulador de Marketing	88,7%	95,9%	92,5%
4º	Marketing Relacional, Directo e Interactivo II	84,6%	92,3%	91,7%
4º	Soluciones de Financiación para Emprendedores	96,8%	98,9%	97,9%

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

Las tasas de rendimientos en algunas asignaturas son mejorables

Propuestas de Mejoras al Indicador

Mejora: Mejorar los resultados de las asignaturas con unas tasas de rendimiento inferiores al 60%.

Causa: Asignaturas con bajo grado de rendimiento.

Acciones a Desarrollar: Cursos 0 y seguimiento resultados exámenes, Reuniones Comité Académico, Tutorizaciones.

Responsables: Comité Académico y Directores de Departamento implicados en las materias con tasas de rendimiento bajas

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2015.MEMORIA.TSDMC.005

7.6.4 Gestión de sugerencias y reclamaciones

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

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

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

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

7.6.5 Reconocimientos por Titulación (Quejas, Felicidades o Sugerencias)

		Reconocimientos	
		2013/14	2014/15
Área Académica	Nº Sugerencias	1	0
	Nº Felicidades	1	0
	Nº Quejas	2	2
Área Gestión	Nº Sugerencias	3	4
	Nº Felicidades	1	0
	Nº Quejas	6	6
TOTAL	Nº Sugerencias	4	4
	Nº Felicidades	2	0
	Nº Quejas	8	8

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los datos indican una buena percepción del alumnado respecto a las áreas estudiadas.

Los diversos y personalizados niveles de interlocución conllevan un uso escaso del Buzón de sugerencias.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

7.7 Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés

7.7.1 Satisfacción de los Alumnos

Satisfacción con el profesorado

Se ha buscado mejorar el nivel de respuesta de los alumnos en las Encuestas de Satisfacción, por Titulaciones y Campus. Debido a un cambio de plataforma informática de gestión, no se tienen accesibles los datos de valoración del 2º semestre.

Media global de 7,38 cuyo dato se ha reducido desde el 7,8 del curso pasado. Analizándolo por curso es en tercero donde mejor puntuación recibe alcanzando 7,62.

Satisfacción con la titulación

Se realizan encuestas sobre Valoración de la Titulación a los alumnos de 2º y 4º curso. En 2014/15 el índice de respuesta ha sido de 14% y 13% respectivamente, lo que no se consideran datos relevantes.

Deben estudiarse aquellos aspectos sobre los que se preguntaron y cuyas desviaciones son superiores a 2,5, en el caso de 2º curso, un 15% de las variables valoradas supera dicha desviación y en 4º curso no llega al 24%.

La encuesta y tabulación está realizada por el Instituto de la Economía Digital – ICEMD.

Se ha conseguido alcanzar una valoración final superior a 6 en las encuestas de satisfacción sobre la titulación, destacándose por parte de los alumnos el Personal Docente con medias superior a 7 en ambos cursos y la valoración en aspectos como “Fortalecer e incrementar mis conocimientos”, “Implantación corto/medio plazo de los conocimientos en el mundo laboral”, “Formación en trabajo en equipo”, con medias por encima del 7,5. Las infraestructuras en general, también se han valorado muy positivamente en ambos cursos.

Análisis de Datos y Conclusiones:

El índice de respuesta de los alumnos no es representativo y se recomienda mejorar los indicadores

Propuestas de Mejoras al Indicador

Mejora: Incluir tutores en 4º curso.

Causa: Dedicación y apoyo al alumno.

Acciones a Desarrollar: Seguimiento y reuniones equipo de Tutores.

Responsables: Coordinadores académicos, equipo de Tutores.

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.TSDMC.007

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

7.7.2 Satisfacción de Egresados

ESIC lanzó un plan de encuestas para la satisfacción del egresado recibiendo los datos en el curso 2014/15. Su lanzamiento y recepción de datos ha permitido conocer las motivaciones y pensamientos de sus alumnos al salir de la escuela.

Índice de respuesta: 9 respuestas, lo que se considera insuficiente

Nivel de formación obtenida en ESIC

Preguntas	Media	Desviación Típica
Formación teórica	8,33	1,25
Formación práctica	8	2,06
Expresión escrita: saber expresarse con claridad en la redacción de escritos adecuando el estilo del lenguaje al interlocutor y utilizando vocabulario específico y relevante	7,67	1,56
Expresión oral: saber expresarse con claridad en conversaciones o debates adecuando el estilo del lenguaje al interlocutor y utilizando vocabulario específico y relevante	8,44	1,17
Trabajo en equipo: Capacidad de compromiso con un equipo, hábito de colaboración y trabajo solucionando conflictos que puedan surgir	8,89	1,68
Liderazgo: capacidad para liderar grupos de trabajo, reuniones, supervisar personas	8	1,87
Toma de decisiones y solución de problemas: localización del problema, identificar causas y alternativas de solución, selección y evaluación de la más idónea	7,67	2,05
Pensamiento crítico: capacidad de analizar, sintetizar y extraer conclusiones de un artículo (ya sea de opinión o científico) 9. Razonamiento cotidiano: capacidad de buscar argumentos de sentido contrario a la propia opinión (marco teórico, ideología, valores, conflictos sociales ...)	6,89	1,76
Creatividad: capacidad de innovación, iniciativa, fomento de ideas e inventiva	8	1,66
Habilidad para el aprendizaje	6,67	1,86
Gestión: capacidad de gestionar tiempos y recursos: desarrollar planes, priorizar actividades, identificar las críticas, establecer plazos y cumplirlos	7,11	1,9
Habilidad de documentación: consulta de bases de datos relevantes en el campo profesional, consulta de revistas específicas, navegación 'experta' por Internet	5,56	2,69
Idiomas: conocimiento de idiomas extranjeros	4,56	2,55
Informática y tecnologías de la información y la comunicación: conocimiento de herramientas y tecnologías más comunes (procesadores de textos, hojas de cálculo, e-mail, web, redes sociales ...)	6,11	3,34
VALORACIÓN GLOBAL	7,56	1,1

Nivel de utilidad y repercusión en su actual/último empleo

Preguntas	Media	Desviación Típica
Formación teórica	8,22	1,73
Formación práctica	8,89	1,68
Expresión escrita: saber expresarse con claridad en la redacción de escritos adecuando el estilo del lenguaje al interlocutor y utilizando vocabulario específico y relevante	8,67	1,09
Expresión oral: saber expresarse con claridad en conversaciones o debates adecuando el estilo del lenguaje al interlocutor y utilizando vocabulario específico y relevante	8,89	1,04
Trabajo en equipo: Capacidad de compromiso con un equipo, hábito de colaboración y trabajo solucionando conflictos que puedan surgir	8,67	1,56
Liderazgo: capacidad para liderar grupos de trabajo, reuniones, supervisar personas	8,11	1,46
Toma de decisiones y solución de problemas: localización del problema, identificar causas y alternativas de solución, selección y evaluación de la más idónea	8,89	1,16
Pensamiento crítico: capacidad de analizar, sintetizar y extraer conclusiones de un artículo (ya sea de opinión o científico) 9. Razonamiento cotidiano: capacidad de buscar argumentos de sentido contrario a la propia opinión (marco teórico, ideología, valores, conflictos sociales ...)	7,78	2,16
Creatividad: capacidad de innovación, iniciativa, fomento de ideas e inventiva	8,11	1,97
Habilidad para el aprendizaje	7,89	2,26
Gestión: capacidad de gestionar tiempos y recursos: desarrollar planes, priorizar actividades, identificar las críticas, establecer plazos y cumplirlos	8	1,87
Habilidad de documentación: consulta de bases de datos relevantes en el campo profesional, consulta de revistas específicas, navegación 'experta' por Internet	6,11	2,37
Idiomas: conocimiento de idiomas extranjeros	6,67	3,23
Informática y tecnologías de la información y la comunicación: conocimiento de herramientas y tecnologías más comunes (procesadores de textos, hojas de cálculo, e-mail, web, redes sociales ...)	7,56	3,23
VALORACIÓN GLOBAL	8,22	1,41

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

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

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.

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.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

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:

El número de respuestas obtenido se considera insuficiente para que las conclusiones resulten de utilidad.

Propuestas de Mejoras al Indicador

Mejora: Incrementar número de participantes en satisfacción de egresados.

Causa: Muy bajo índice de participación.

Acciones a Desarrollar: Establecer un procedimiento que aumente la participación

Responsables: Departamento de Carreras Profesionales. Unidad de Calidad Área de Grado

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2015.MEMORIA.TSDMC.006

7.7.3 Satisfacción del Personal Docente

7.7.3.1 Satisfacción del Personal Docente respecto a la Titulación

Durante el curso 2014/2015 se diseñó e implementó una **Encuesta dirigida a los Profesores** que imparten clases en este Título, cuyo índice de participación fue del 56%, con unos resultados positivos que variaron entre el 6,30 y el 9,72 sobre 10 y satisfacción media (promedio de los 15 ítems incluidos en el cuestionario) del Claustro de Profesores de la Titulación del 8,48.

La variable mejor valorada fue haber podido realizar las actividades de evaluación previstas y prácticas junto al Seguimiento Docente y/o evaluación continua han servido para mejorar los resultados de las materias. Otros aspectos destacados fueron: la accesibilidad de las documentaciones en formato electrónico y en biblioteca. 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, lo que ocurrió en los conocimientos previos del alumno sobre la materia y sobre los servicios de datos móviles.

La encuesta y tabulación está realizada por el Instituto de la Economía Digital – ICEMD.

Preguntas	Media
¿Ha sido posible desarrollar todo el temario teórico previsto?	9,44
¿Ha sido posible desarrollar las actividades prácticas previstas?	9,08
¿Se han desarrollado las tutorías?	8,91
¿Han asistido la mayoría de los estudiantes regularmente a clase?	8,04
¿Le parece que los conocimientos previos del alumno son adecuados para el aprendizaje de la materia?	6,32
Libros de consulta en la Biblioteca o entregados al Alumno	8,39
Documentaciones accesibles en formato electrónico	9,16
Servicio de datos fijos (accesibilidad a ordenadores, calidad de los equipos, acceso a red, etc.)	7,67
Servicios de datos móviles (WIFI) (cobertura, facilidad de conexión, etc.)	7,91
Aula	8,64
Salas de Reuniones y/o Despachos	7,68
¿Ha realizado las actividades de evaluación previstas?	9,72
¿Cree que el seguimiento docente y/o la evaluación continua han servido para mejorar los resultados de la materia?	9,24
¿Valore cuantos alumnos se han presentado a la evaluación de la última convocatoria?	8,68
¿Está satisfecho con los resultados logrados en su materia en la última convocatoria cursada?	8,32

7.7.3.2 Satisfacción de Personal Docente respecto a Infraestructuras e Instalaciones

Durante el curso 2014/2015 se diseñó e implementó una **Encuesta dirigida al Personal Docente** con el objetivo de valorar las Infraestructuras e Instalaciones del Campus Pozuelo, cuyo índice de participación fue del 12%, lo que se considera insuficiente, y la satisfacción media (promedio de los 37 ítems incluidos en el cuestionario) del Personal Docente del Campus se situó sobre el 7,40.

Las variables mejor valoradas fueron aquellas relacionadas con la limpieza y mantenimiento del Campus. Otros aspectos destacados fueron respecto a la Calidad de los Servicios (Cafetería, Restaurante, Servicios de Voz, etc.) Deben estudiarse aquellos aspectos sobre los que se preguntaron y cuyas desviaciones son superiores a 2, por lo que se recomienda un seguimiento y análisis de aquellos ítems como los relacionados al Aparcamiento y Conexiones de red.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

La encuesta y tabulación está realizada por el Instituto de la Economía Digital – ICEMD

Preguntas	Media
Amplitud de los espacios donde se desarrolla su trabajo	8,47
Iluminación	8,17
Climatización	7,02
Cobertura servicios de voz	7,7
Calidad de servicios de voz	7,79
Calidad del terminal de servicios de voz	7,32
Calidad de equipo de sobremesa	6,87
Velocidad de acceso a red	7
Servicios de red (Cantidad y seguridad del almacenamiento)	7,07
Mensajería (correo electrónico, etc.)	7,89
Cobertura WIFI	7,46
Facilidad de conexión WIFI	7,54
Velocidad de internet	6,89
Restricciones de acceso (bloqueo a sitios inadecuados)	7,25
Mobiliario	7,62
Limpieza aseos	8,65
Limpieza zonas comunes	8,7
Limpieza despachos	8,69
Sala de reuniones	7,97
Servicio de Cafetería	7,61
Restaurante	7,75
Agencia de Viajes	7,72
Aparcamiento fuera del recinto del Campus (plazas públicas)	4,2
Aparcamiento fuera del recinto del Campus	4,38
Aparcamiento en plazas asignadas	5,75
Sistema de protección y prevención de riesgos laborales	7
Servicio Buzón 'Danos tu opinión'	7,2
La seguridad en los edificios en los que desempeña su actividad	8,27
Información adecuada y suficiente sobre los recursos materiales, infraestructuras e instalaciones	7,34
El mantenimiento de las instalaciones	8,23
Las instalaciones en general	8,21
Limpieza aulas	8,67
Equipamiento técnico de las aulas (PCs y multimedia)	7
Iluminación aulas	7,56
Climatización aulas	6,45
Mobiliario aulas	7,46
Aulas de informática	7

Análisis de Datos y Conclusiones:

La valoración media de este conjunto de variables tanto en la titulación como en las instalaciones indica un alto nivel de satisfacción.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

7.7.4 Satisfacción de Personal No Docente

7.7.4.1 Satisfacción del Personal No Docente respecto a la Titulación

Durante el curso 2014/2015 se diseñó e implementó una Encuesta dirigida al Personal de Apoyo de este Título, cuyo índice de participación fue del 74%, con unos resultados positivos que variaron entre el 6,00 y el 8,12 sobre 10, y la satisfacción media (promedio de los 9 ítems incluidos en el cuestionario) del Claustro de Profesores de la Titulación del 7,30.

La variable mejor valorada fue Gestión de los procesos administrativos comunes con la Universidad a la que el título está adscrito. Otros aspectos destacados fueron el trato con los alumnos y el profesorado del título. 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.

La encuesta y tabulación está realizada por el Instituto de la Economía Digital – ICEMD.

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

7.7.4.2 Satisfacción de Personal No Docente respecto a Infraestructuras y Clima Laboral

Durante el curso 2014/2015 se diseñó e implementó una Encuesta dirigida al Personal de Apoyo con el objetivo de valorar las Infraestructuras y Clima Laboral del Campus Pozuelo, cuyo índice de participación fue del 63%, y la satisfacción media (promedio de los 37 ítems incluidos en el cuestionario) respecto a las Infraestructuras se situó sobre el 6,96. Respecto al Clima Laboral (promedio de los 30 ítems incluidos en la encuesta) se obtuvo un 7,39.

La encuesta y tabulación está realizada por el Instituto de la Economía Digital – ICEMD.

Las variables mejor valoradas con respecto a las Infraestructuras del Campus, fueron aquellas relacionadas con el aparcamiento en las plazas asignadas y servicios de red. Otros aspectos destacados fueron, Limpieza, Mantenimiento e Instalaciones en general del Campus. Deben estudiarse aquellos aspectos sobre los que se preguntaron y cuyas desviaciones son superiores a 2, por lo que se

Informe Anual de la Titulación

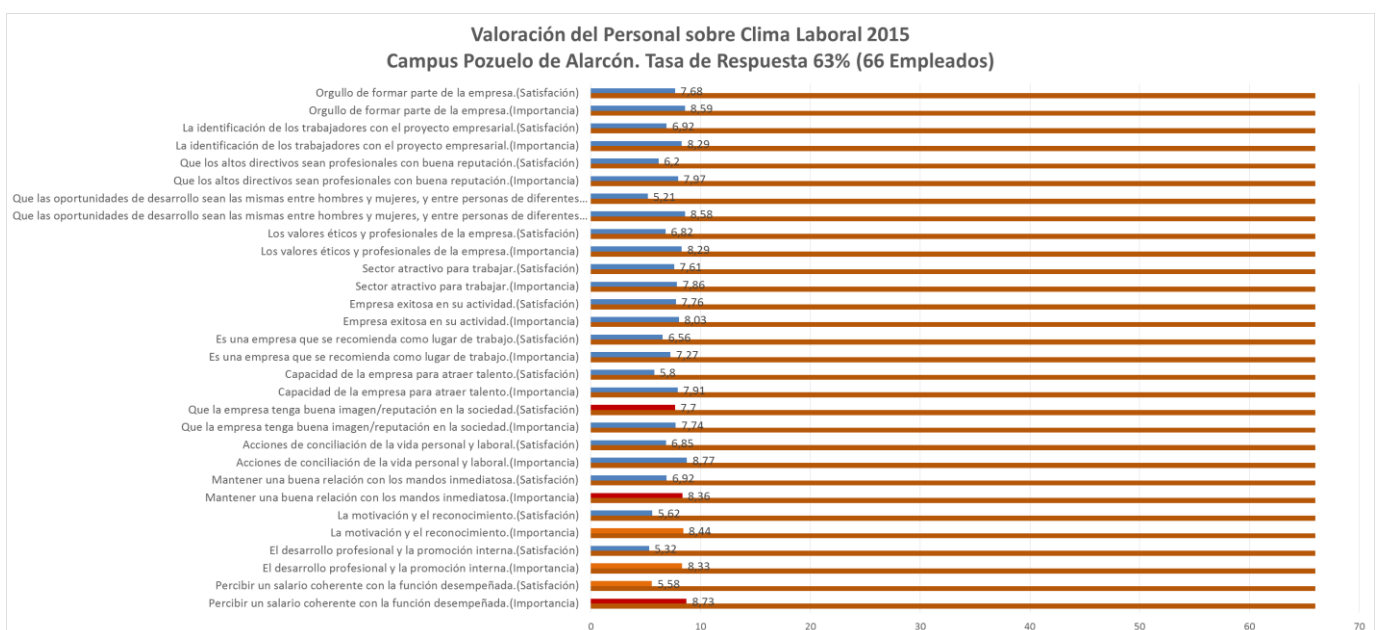
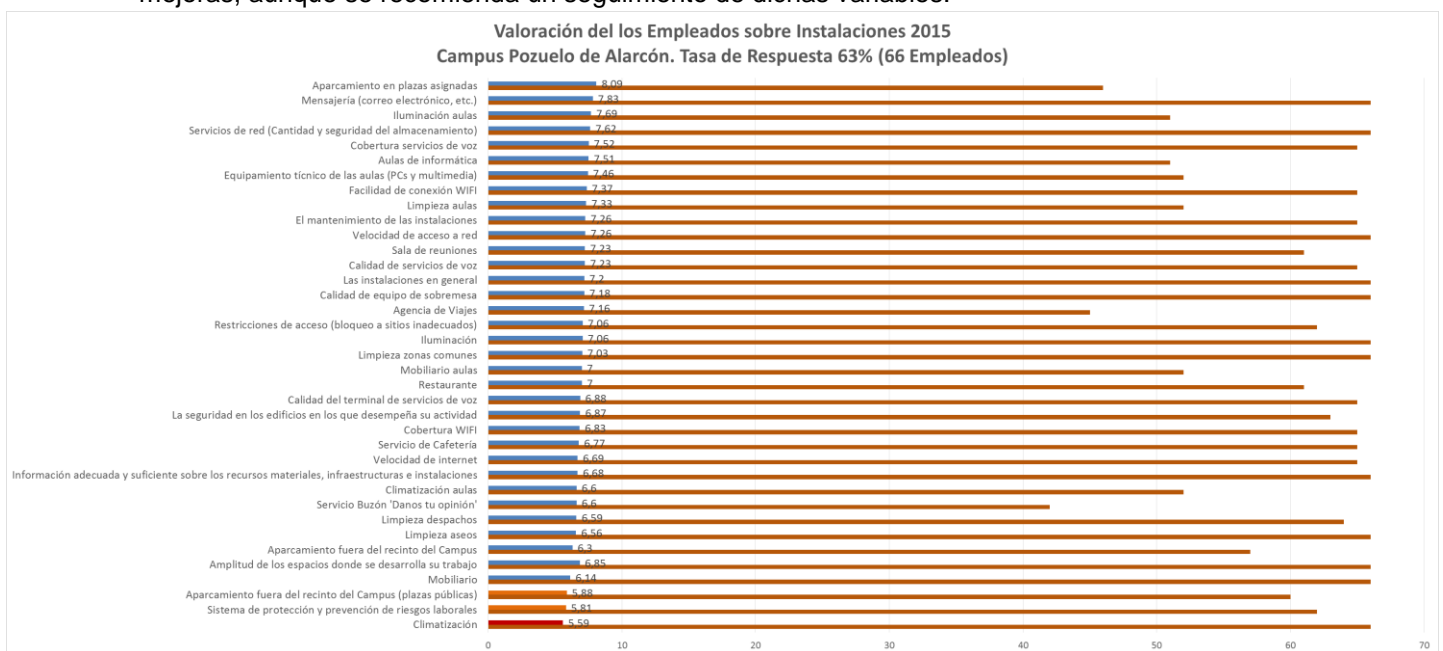
Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

recomienda un seguimiento y análisis de aspectos tales como los relacionados a la climatización, mobiliario y amplitud de los espacios de trabajo.

Con respecto al Clima Laboral, el Personal de Apoyo lo que más valora es, el orgullo de formar parte de la empresa, que están identificados con el proyecto de empresa y los valores éticos de la empresa. Se deben analizar aquellos aspectos en los que haya una diferencia de más de 2 puntos entre la importancia dada al ítem y la satisfacción respecto a ese ítem, como posibles mejoras. Dado que la desviación donde se da esta situación es elevada, no es representativa para el desarrollo de posibles mejoras, aunque se recomienda un seguimiento de dichas variables.



Análisis de Datos y Conclusiones:

Las valoraciones recogidas transmiten un alto índice de satisfacción respecto al conjunto global de apartados evaluados. El seguimiento de la evolución de las mismas permitirá atender y mejorar las desviaciones que se produzcan en este entorno.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

7.7.5 Satisfacción Agentes Externos

No se realiza

7.7.6 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 hasta 8,18, en una encuesta de valoraciones de 1 a 10.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Preguntas	Media
Información recibida sobre los programas de prácticas externas de ESIC	4,82
Satisfacción con la amplitud de la oferta de prácticas en empresa	5,36
Información recibida acerca del proyecto formativo de tus prácticas externas (objetivos, actividades a realizar, criterios de evaluación...)	5,09
Procedimiento de selección y adjudicación de prácticas externas	5
Adecuación del momento de realización de las prácticas externas dentro del Plan de Estudios	5,18
Gestión y orientación prestada por el Departamento de Prácticas de ESIC	5,36
Adecuación de la estancia en la empresa o institución en relación con el periodo que estimas conveniente para tu formación práctica	7,36
Compatibilidad de las prácticas externas con las obligaciones académicas presenciales en la Universidad	5
Utilidad de la información sobre prácticas externas disponible en la web de ESIC	4,91
Acogida por parte de la empresa o institución en mi incorporación a las prácticas	7,73
Adecuación de las tareas encomendadas a la titulación cursada	6,36
Grado de satisfacción con el ambiente de trabajo durante el periodo de prácticas	8
Disponibilidad de medios para el desarrollo de las prácticas	7,73
Asesoramiento recibido durante el desarrollo de las prácticas externas	4,6
Atención brindada por el tutor académico cuando has necesitado que te dirigiera en el desarrollo de una tarea	4,33
Compromiso del tutor académico con el normal desarrollo del proyecto formativo	4
Sistema de evaluación académica de las prácticas externas	4,33
Acogida por parte del tutor de la empresa o institución	8,18
Organización de la actividad a desarrollar	7,73
Información proporcionada sobre la organización y funcionamiento de la empresa o institución y sobre la normativa de interés	7,64
Formación complementaria que el tutor te ha proporcionado para la realización de las prácticas	6,91
Atención brindada por el tutor de la empresa o institución cuando has necesitado que te dirigiera en el desarrollo de una tarea	7,27
Seguimiento y supervisión por parte del tutor de la empresa o institución	7,27
Adquisición y desarrollo de competencias profesionales	7,64
Grado de relación entre las competencias adquiridas en la titulación y en las prácticas externas	6,36
Grado de posibilidad de aplicar en las prácticas los conocimientos adquiridos en tu titulación	6,73
Orientación profesional recibida durante la realización de las prácticas	7,36
Satisfacción con el cumplimiento del proyecto formativo de las prácticas externas	6,73
Valor añadido por las prácticas a la formación académica	7
Una vez finalizadas las prácticas externas ¿en qué medida han aumentado tus expectativas de obtener un empleo?	6,91
Satisfacción general con la empresa o institución donde has realizado las prácticas externas	7,18
Satisfacción general con el tutor de la empresa o institución	7,73
Satisfacción general con el tutor académico de ESIC	5
Coordinación tutor académico - tutor externo - estudiante	4,64
Satisfacción general con el Dpto. de Prácticas de ESIC	5,55
Satisfacción global con las prácticas externas	6,55

Los alumnos valoran positivamente la acogida por parte de la empresa y del tutor en su incorporación a las prácticas, destacando también la satisfacción con el ambiente de trabajo durante el periodo de prácticas, la disponibilidad de medios y el apoyo del tutor. Otros aspectos también valorados de manera correcta son la adquisición de competencias, la orientación profesional y la atención y ayuda recibida por el tutor académico y de la empresa.

Deberían estudiarse algunos aspectos como el compromiso del tutor académico con el normal desarrollo del proyecto formativo, el sistema de evaluación, la coordinación entre tutores con el estudiante y la información recibida sobre los programas de prácticas externas de ESIC.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se aprecia en una lectura global de los apartados a calificar, una marcada diferencia entre las valoraciones relacionadas con los participantes externos, es decir empresa y tutor profesional (7 puntos), y las relativas a los partícipes internos, tutores académicos y departamento de prácticas (5 puntos). La falta de información acerca de las tasas de respuesta y de representatividad, impide profundizar en las causas de esta percepción del alumnado.

Propuestas de Mejoras al Indicador:

Mejora: Profundizar en los resultados Encuesta Satisfacción Prácticas Profesionales.

Causa: Carencia de datos que permitan un análisis correcto.

Acciones a Desarrollar: Obtener Tasa de respuesta, representatividad y de dispersión.

Responsables: Unidad de Calidad Área de Grado. Departamento de Prácticas Externas.

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2015.MEMORIA.TSDMC.007

7.7.7 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 2015/ 2016.

8 RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES PROPIOS DE EVALUACIÓN. Grado de implantación.

A CONTINUACIÓN SE DETALLAN LAS SOLICITUDES DE ACCIONES CORRECTIVAS O MEJORAS PROPUESTAS CON ORIGEN INFORMES DE AUDITORIA INTERNA 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.

- 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 la Titulación 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 2014/2015

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

- Implantación del Grado Oficial International Business, en Valencia. Puesta en marcha del 1º curso y preparación del 2º curso.
- Solicitud a ANECA para Grado Oficial Digital Business.
- Continuación de TSDMC (Plan 2013). Puesta en marcha del 2º curso, preparación de 3º y 4º curso (Barcelona) y refuerzo en Marketing Digital.
- Funcionamiento eficaz de las Comisiones de Titulación.
- Consolidación de los Premios a la Excelencia (3ª edición).
- Fomento del espíritu emprendedor entre los alumnos.
- Mejora de la evaluación del desempeño académico y satisfacción del profesorado.

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

Mejora: Revisar y actualizar contenidos del sitio web.

Causa: Mejorar la navegación web y facilitar la descarga y consulta de documentación.

Acciones a Desarrollar: Reuniones con el equipo de Marketing para proponer la revisión.

Responsables: Miembros de la comisión, Departamento de Marketing

Tiempo Realización: 2014/2015

Código: 2014.MEMORIA.TSDMC.001

Grado de Implantación: completado

Mejora: A partir del próximo curso se considerarán las tasas de abandono.

Causa: Registrar los abandonos y sus causas o motivaciones.

Acciones a Desarrollar: Reuniones con Comité Académico, Coordinadores Académicos, Tutores de los alumnos y Secretaría, para estudiar las causas de abandono.

Responsables: Secretaría, Coordinación Académica y Comité Académico.

Tiempo Realización: 2014/2015

Código: 2014.MEMORIA.TSDMC.003

Grado de Implantación: No se ha podido registrar las causas o motivaciones referentes al abandono para este curso por lo que plantea como mejora para el curso académico 2015/16.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Mejora: Encuesta de egresados por titulación sobre aspectos como satisfacción, colocación o salario medio.

Causa: Registrar mayores ítems de información y registrar mayor grado de respuesta de los egresados.

Acciones a Desarrollar: Implementar en el formulario de encuesta nuevas variables, reuniones Dpto. de Salidas Profesionales y empleadores.

Responsables: Dpto. de Salidas Profesionales.

Tiempo Realización: 2014/2015

Código: 2014.MEMORIA.TSDMC.003

Grado de Implantación: Realizado. Los resultados de la encuesta realizada a los Egresados del Título pueden verse en el apartado 7.7.2 del presente informe.

Mejora: Nueva web con diseño 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.TSDMC.005

Grado de Implantación: Realizado. Visitar el siguiente link: <http://www.esic.edu/premioexcelencia/>

Mejora: Separar por titulación los datos de investigación.

Causa: Registrar por separado los diferentes tipos de publicaciones.

Acciones a Desarrollar: Reuniones Dpto. de Investigación.

Responsables: Dpto. de Investigación.

Tiempo Realización: 2014/2015

Código: 2014.MEMORIA.TSDMC.006

Grado de Implantación: Realizado. Durante el curso 2014/15 la información relativa a la Actividad Investigadora del profesorado de la Titulación respecto a Proyectos de Innovación, Mejora Docente y datos referentes a la Investigación, se pueden ver en el apartado 4.2 del presente Informe.

Mejora: Mejorar los resultados de las asignaturas con unas tasas de rendimiento inferiores al 60%.

Causa: Asignaturas con bajo grado de rendimiento.

Acciones a Desarrollar: Seguimiento resultados exámenes, Reuniones Comité Académico.

Responsables: Comité Académico.

Tiempo Realización: 2014/2015

Código: 2014.MEMORIA.TSDMC.008

Grado de Implantación: realizado

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Mejora: Trabajar con informes propios para no depender de los de MERCO.

Causa: Obtener información en momentos puntuales con nuevas variables.

Acciones a Desarrollar: Reuniones Dpto. de Marketing.

Responsables: Dpto. de Marketing.

Tiempo Realización: 2014/2015

Código: 2014.MEMORIA.TSDMC.009

Grado de Implantación: Realizado. Encuestas desarrolladas y lanzadas desde ESIC.

Mejora: Reforzar las figuras de tutor académico, tutor de prácticas y tutor externo.

Causa: Mejorar la percepción del alumno respecto el apoyo y seguimiento del tutor.

Acciones a Desarrollar: Seleccionar perfiles válidos para estas figuras (excepto para el tutor externo) y nombrar los puestos necesarios.

Responsables: Miembros del equipo de trabajo, Vicedecano de Grado.

Tiempo Realización: 2014/2015

Código: 2014.MEMORIA.TSDMC.010

Grado de Implantación: realizado

9.1.2 Mejoras implantadas en cursos anteriores

- 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>

- 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

9.1.3 Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2014/2015

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

- Aumentar un 5% el número de alumnos en primer curso.
- Mejorar el Portfolio de Productos de las Titulaciones Oficiales en los Campus.
- Nuevo Modelo de Gestión en el Seguimiento y Renovación de Títulos.
- Mejora de la Empleabilidad de nuestros egresados.
- Conseguir un mayor sentido de pertenencia del profesorado.

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

Mejora: Recopilar y analizar información sobre las motivaciones de los abandonos.

Causa: Tasas elevadas de abandono.

Acciones a Desarrollar: Contactar de forma personalizada con el alumno averiguando las causas de abandono.

Responsables: Tutores académicos, Coordinación Académica, Secretaría.

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2015.MEMORIA.TSDMC.001

Mejora: Incrementar la demanda del Título.

Causa: Bajada considerable de la demanda del Título respecto al año anterior.

Acciones a Desarrollar: Actividades a desarrollar desde el Departamento Comercial del Área, con colegios, potenciales alumnos y padres de los mismos, ferias, etc.

Responsables: Director Comerciales del Área de Grado.

Tiempo Realización: 2014/2015 – 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.TSDMC.002

Mejora: Plan de coordinación vertical y horizontal de los departamentos y asignaturas que puedan tener relación.

Causa: Evitar duplicidades en las distintas materias y mejorar el desarrollo de contenidos.

Acciones a Desarrollar: Reuniones de los Profesores implicados y de los Directores de Departamento.

Responsables: Directores de Departamento y Comisión de Titulación y Coordinadores de asignaturas

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2015.MEMORIA.TSDMC.002

Mejora: Obtener un número de respuestas suficientemente significativo.

Causa: El volumen de encuestas recopiladas se considera no representativo.

Acciones a Desarrollar: Definir un procedimiento que optimice la participación del egresado

Responsables: Departamento de Antiguos Alumnos y Carreras Profesionales

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2015.MEMORIA.TSDMC.003

Mejora: Aumentar la comunicación de la oferta de cursos del aula multimedia

Causa: Escaso conocimiento del alumnado de los cursos planteados.

Acciones a Desarrollar: Implementar un plan de comunicación.

Responsables: Departamento de Marketing y Responsable aula multimedia.

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2015.MEMORIA.TSDMC.004

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Mejora: Mejorar los resultados de las asignaturas con unas tasas de rendimiento inferiores al 60%.

Causa: Asignaturas con bajo grado de rendimiento.

Acciones a Desarrollar: Cursos 0 y seguimiento resultados exámenes, Reuniones Comité Académico, Tutorizaciones.

Responsables: Comité Académico y Directores de Departamento implicados en las materias con tasas de rendimiento bajas

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2015.MEMORIA.TSDMC.005

Mejora: Incluir tutores en 4º curso.

Causa: Dedicación y apoyo al alumno.

Acciones a Desarrollar: Seguimiento y reuniones equipo de Tutores.

Responsables: Coordinadores académicos, equipo de Tutores.

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.TSDMC.006

Mejora: Incrementar número de participantes en satisfacción de egresados.

Causa: Muy bajo índice de participación.

Acciones a Desarrollar: Establecer un procedimiento que aumente la participación

Responsables: Departamento de Carreras Profesionales. Unidad de Calidad Área de Grado

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2015.MEMORIA.TSDMC.006

Mejora: Profundizar en los resultados Encuesta Satisfacción Prácticas Profesionales.

Causa: Carencia de datos que permitan un análisis correcto.

Acciones a Desarrollar: Obtener Tasa de respuesta, representatividad y de dispersión.

Responsables: Unidad de Calidad Área de Grado. Departamento de Prácticas Externas.

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2015.MEMORIA.TSDMC.007