



ESIC Business & Marketing School

INFORME ANUAL DE TITULACIÓN
Título Superior en Dirección de Marketing y
Gestión Comercial (TSDMC)
CURSO ACADÉMICO 2016/2017
Comisión de Titulación
Campus Madrid

Fecha Aprobación del Informe
por parte de la Comisión de Titulación:
11/10/2018

Informe Anual de la Titulación
Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.
Curso Académico 2016/2017
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	12
3.3	Información relativa a la extinción del plan antiguo.....	16
3.4	Programas de movilidad.....	16
3.4.1	Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación	17
3.5	Orientación Profesional de la Titulación	19
3.5.1	Ratios de Orientación Profesional por curso en la Titulación	20
3.6	Prácticas Profesionales	21
3.7	Inserción laboral de los egresados.....	22
3.7.1	Ratios de Inserción por Actividades Profesionales	23
3.8	Proyecto Diversidad.....	23
3.9	Otros	24
3.9.1	Premios a la Excelencia.....	24
3.9.2	Seguimiento muy cercano alumnos 1º y 2º Cursos	24
3.9.3	Participación de alumnos en los diferente Concursos y Premios	25
3.9.4	Aula Multimedia	25
4	PROFESORADO	26
4.1	Categoría del Profesorado.....	26
4.2	Actividad investigadora	27
4.3	Calidad del Profesorado:	29
4.4	Programas de Movilidad del Profesorado	30
5	OTROS RECURSOS	31
5.1	Recursos físicos.....	31
5.2	Recursos humanos (PAS).....	33
6	MEMORIA DE ACTIVIDADES.....	34
6.1	Actividades desarrolladas	34

Informe Anual de la Titulación
Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.
Curso Académico 2016/2017
ESIC Business & Marketing School

7	GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD EN LA TITULACIÓN	41
7.1	Procedimientos (Mapa de Procesos)	41
7.2	Políticas/Procedimientos/Manuales	42
7.3	Comisión de la Titulación	44
7.4	Comité Académico de Grado	47
7.5	Reuniones otros equipos	47
7.6	Evaluación del Aprendizaje	54
7.6.1	Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento	54
7.6.2	Análisis Evaluación del Aprendizaje	55
7.6.3	Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación)	57
7.7	Gestión de sugerencias y reclamaciones	60
7.7.1	Reconocimientos por Titulación (Quejas, Felicitaciones o Sugerencias)	60
7.8	Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés	61
7.8.1	Satisfacción de los Alumnos	61
7.8.2	Satisfacción de Egresados	62
7.8.3	Satisfacción del Personal Docente	63
7.8.3.1	Satisfacción del Personal Docente respecto a la Titulación	63
7.8.3.2	Satisfacción de Personal Docente respecto a Infraestructuras e Instalaciones	65
7.8.4	Satisfacción de Personal No Docente	66
7.8.4.1	Satisfacción del Personal No Docente respecto a la Titulación	66
7.8.4.2	Satisfacción de Personal No Docente respecto a Infraestructuras y Clima Laboral	67
7.8.5	Satisfacción Agentes Externos	69
7.8.6	Satisfacción Prácticas Profesionales	69
7.8.6.1	Satisfacción de las Prácticas por parte del Alumnado de la Titulación	69
7.8.6.2	Satisfacción de las Prácticas por parte del Tutor Externo	70
7.8.6.3	Satisfacción de las Prácticas por parte del Tutor Académico	71
7.8.7	Satisfacción Programas de Movilidad	72
7.8.7.1	Satisfacción Movilidad Incoming	72
7.8.7.1	Satisfacción Movilidad Outgoing	72
7.8.7.2	Satisfacción Movilidad Personal Docente en Programas de Docencia	73
8	RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES PROPIOS DE EVALUACIÓN. GRADO DE IMPLANTACIÓN	74
9	PROPUESTAS DE MEJORA PARA CURSO SIGUIENTE	76
9.1	Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2016/2017	76
9.1.1	Mejoras implantadas en cursos anteriores	79
9.2	Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2017/2018	83
10	CUADRO DE INDICADORES	86

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

1 Objetivo del Informe

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

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

En base a este Informe, el Director del Área de Grado propondrá los Objetivos Académicos para la Titulación para el siguiente curso académico, 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 Director del Área de Grado es el Director de la Comisión Académica de Titulación que corresponda.

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

<http://www.aneca.es/Programas/AUDIT/Fase-de-certificacion-de-la-implantacion-de-los-SGIC>

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.

Más información en el siguiente link:

<https://www.esic.edu/grado/becas-ayudas/?or=es>

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 matriculados¹ según Plan de Estudios por curso*

Curso	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	Variación
Total Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (TSDMC)	540	524	512	444	210	-52,70%

*Alumnos matriculados en Plan 2009

Fuente Secretaría General de ESIC

(1) N° de alumnos matriculados, incluidos aquellos con alguna asignatura pendiente.

Número de matriculados¹ según Plan de Estudios por curso**

Curso	2015/16	2016/17	Variación
Total Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (TSDMC)	227	380	67,40%

**Alumnos matriculados en Plan 2013

Fuente Secretaría General de ESIC

(2) N° de alumnos matriculados, incluidos aquellos con alguna asignatura pendiente.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

Continúa la disminución en la matriculación de los últimos años del Plan 2009, al entrar en vigor el Plan 2013 y dado que en este curso académico 2016/2017, se imparte 4º curso del Plan 2013, lo que supone un ciclo completo, los datos aportados en la tabla anterior son coherentes y los esperados. Aquellos alumnos matriculados del Plan 2009 son de segundas o posteriores matrículas.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

2.3 Justificación del título

La justificación del título responde a la 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	2015/16	2016/17	Variación
Plazas Admitidos	69	55	56	43	63	46,51%
Plazas Matriculados	58	49	49	35	54	54,28%

Fuente Dpto. de Admisiones ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Cabe destacar el incremento de la demanda del Título, así como el incremento en el número de alumnos matriculados, en más de un 40% y más de un 50% respectivamente.

Las diferentes acciones llevadas a cabo por el Dpto. Comercial del Área se consideran adecuadas dado que han cumplido el objetivo.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

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 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/>

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

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, Zaragoza, Navarra, Sevilla, Málaga o Barcelona y obtener, en tres años, el Título Superior en Marketing; continuarlos en Madrid 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

2.6 Perfil de Ingreso y Egresado

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

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

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

Perfil de ingreso *

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	Variación
Alumnos de nuevo ingreso: Mujeres	26,0%	33,0%	37,5%	33,3%	16,67%	-49,94%
Alumnos de nuevo ingreso: Hombres	74,0%	67,0%	62,5%	66,7%	83,33%	24,93%
Alumnos de nuevo ingreso de fuera de la CAM	17,0%	27,0%	8,3%	7,4%	12,96%	75,13%
Alumnos de nuevo ingreso: Extranjeros	10,0%	14,0%	0,0%	3,7%	0,00%	-100,00%
Alumnos de nuevo ingreso matriculados a tiempo completo	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

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

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

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 2015/16 analizamos la graduación de la cohorte de entrada 2009/10, 2010/11 y 2011/12

Tabla de Indicadores de perfil de egresado de TSDMC

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/2013	Variación
1. Tasa de graduación por modalidad					
TIEMPO COMPLETO	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%
2. Tasa de graduación por sexo					
HOMBRES	56,0%	81,8%	42,9%	75,67%	76,39%
MUJERES	44,0%	18,2%	57,1%	24,33%	-57,39%
3. tasa de graduación por país de procedencia					
ESPAÑA	98,0%	90,9%	92,9%	95,49%	2,79%
RESTO	2,0%	9,1%	7,1%	4,51%	-36,48%
4. Tasa de graduación por edad					
19 – 25	69,0%	50,0%	78,6%	87,39%	11,18%
26 – 29	22,0%	36,4%	21,4%	12,61%	-41,07%
30 – 39	8,0%	9,1%	0,0%	0,0%	0,0%
40 – 45	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
46 AÑOS O MÁS	0,0%	4,5%	0,0%	0,0%	0,0%

(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 cabe destacar el incremento del número de alumnos extranjeros en la Titulación con respecto al curso académico anterior.

En el perfil de egresado se homogenea la tasa de graduación por edad con respecto al curso anterior, la cual era más dispersa.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

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	2013/14	Variación (Puntos Porcentuales)
Tasa de abandono	25,0%	25,0%	28,8%	38,3%	25,5%	-12,8 pp
Distribución de abandonos por sexo						
HOMBRES	76,0%	78,9%	93,3%	91,3%	58,3%	-33,0 pp
MUJERES	24,0%	21,1%	6,7%	8,7%	41,7%	33,0 pp
Distribución de abandonos por país de procedencia						
ESPAÑA	100,0%	100,0%	86,7%	95,6%	100,0%	4,4 pp
OTRO	0,0%	0,0%	13,3%	4,4%	0,0%	-4,4 pp
Distribución de abandonos por edad						
19 - 25	100,0%	89,4%	93,3%	100,0%	91,7%	-8,3 pp
26 - 29	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	8,3%	8,3 pp
30 - 39	0,0%	5,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 pp
Más de 40	0,0%	5,3%	6,7%	0,0%	0,0%	0,0 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 periodos registrados, hasta la cohorte de entrada del 2013/14, que disminuye en más de 12 puntos porcentuales, aunque todavía se considera algo elevada dicha tasa.

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

No procede

3 PARA EL ESTUDIANTE

3.1 Guías docentes

La guía docente, como instrumento oficial de comunicación entre profesores y alumnos, contiene información general de la asignatura y refleja las competencias especificadas 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 asignaturas del Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, en el siguiente enlace:

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

Durante el curso se ha trabajado la 6ª 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:

Antes del comienzo del curso, cada año se revisan las Guías Docentes.

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 No Conformidades (NC*) y Observaciones (OBS) en las Mejoras de Procesos de Prestación de Servicios se listaron conjuntamente tanto las de a nivel Formativo como las de Servicio Complementario.

En el curso 2014/15 se presentó dicha información separada, incluyendo en Servicios Complementarios, no sólo el Área de Grado sino también 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

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

del Área, del Campus y Área y del Título. Dichas mejoras fueron identificadas a través del proceso de auditoría interna durante el curso académico 2016/17, más concretamente en abril de 2017.

Área: Grado – Campus: Todos

	NC	OBS	MEJORAS
Mejoras Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado (PR.2)	2	17	9
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Formativo (PR.3)	9	23	5
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Complementario (PR.3)	6	12	5
Mejoras Procesos de Apoyo-Prestación del servicio (PR 4)	3	4	5
Total Mejoras Curso Académico	20	56	24

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Área: Grado – Campus: Pozuelo

	NC	OBS	MEJORAS
Mejoras Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado (PR.2)	2	8	4
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Formativo (PR.3)	9	18	3
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Complementario (PR.3)	2	6	9
Mejoras Procesos de Apoyo-Prestación del servicio (PR 4)	1	1	3
Total Mejoras Curso Académico	14	33	19

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

	NC	OBS	MEJORAS
Mejoras Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado (PR.2)	1	1	0
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Formativo (PR.3)	3	3	0
Mejoras Procesos de Apoyo-Prestación del servicio (PR 4)	1	0	0
Total Mejoras Curso Académico	5	4	0

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

El esfuerzo constante por identificar mejoras en los procesos y procedimientos del título son evidenciados a partir de las auditorías internas realizadas en ESIC. A través del proceso de auditoría interna realizada durante el curso académico 2016/17, se identificaron un total de 24 mejoras en los bloques de procesos de la Cadena de Valor.

Se aporta la información por Área (a nivel nacional), por Campus y por Titulación de dicho Campus, con el objetivo de identificar mejoras que reviertan en Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Aquellos procesos que se identifican que deben mejorar son: GR.3.60 Formación, Aprendizaje y Evaluación, GR.2.80 Bienvenida y Atención al Profesor y 3.10 Diseño, Rediseño y Suspensión de Programas.

Además, de seguir mejorando el procedimiento de Gestión de Personal Académico, con el objetivo de cumplir con los ratios establecidos por Real Decreto en el Titulación, el cual es de aplicación a todas las Titulación de ESIC del Área de Grado.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Revisión de los Procedimientos que aplican al Área y a nivel Institucional.

Causa: Cambios en la Organización que requiere una revisión y ordenación de dichos procedimientos.

Acciones a Desarrollar: Puesta en marcha de Proyecto de Mejora del Sistema de Gestión y creación de Grupos de Trabajo por Área.

Responsables: Responsable del Área

Procedencia de la Mejora: Dirección de Calidad y Acreditaciones

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2017/2018

Indicador: Nuevas ediciones de los procedimientos y puesta en marcha de nuevos procedimientos

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.001xxx

3.2.2 Grado de cumplimiento

A continuación, se declaran los procedimientos que se han mejorado, los cuales están declarados en el Modelo de Autoinforme de Seguimiento del Sistema de Garantía Interna de Calidad, presentado y aprobado por AUDIT en 2016 y su grado de cumplimiento.

Los **puntos débiles** que se reflejaron en el **Informe de Seguimiento**, fueron los que se declaran a continuación:

- No existe un proceso sistematizado de rendición de cuentas a grupos de interés externos (empresas, universidades, asociaciones, etc., implicadas con ESIC). (NC1)

ESIC Actualidad: se creará un Espacio Fijo debajo del apartado Actualidad dedicado a Garantía de Calidad, Dicho espacio informará de toda la actualidad del Sistema de Garantía de Calidad de ESIC, y al cuál se dirigirán los links de los comunicados que se envíen desde el Dpto. de Marketing de ESIC cuando se informe del Sistema.

Grado de Cumplimiento: CERRADA

Ver [ESIC Actualidad / Calidad](#)

Ver [Calidad / Comunicaciones](#)

Todas las comunicaciones desde el Dpto. de Marketing: el Dpto. de Marketing incluirá un pie de página fijo a todas sus comunicaciones informando de la Actualidad del Sistema de Garantía de Calidad (SGC*) de ESIC y vinculándolo a la información de detalle que se encontrará o bien en [ESIC Actualidad](#) o bien en el site de calidad www.esic.edu/calidad. Las comunicaciones desde el Dpto. de Marketing se remiten a todos los colectivos externos (aproximadamente 600 comunicaciones al año)

Grado de Cumplimiento: CERRADA

Área de Grado: <http://www.ecrserver.net/ecrm/mensajes/esic/3745/index.htm>

Comunicaciones puntuales a los diferentes colectivos desde el Dpto. Marketing: comunicaciones concretas sobre el SGC de ESIC a los diferentes colectivos externos de ESIC

Grado de Cumplimiento: CERRADA

Consejo Asesor de ESIC: se incluirá en el Orden del Día del Consejo Actualidades del SGC de ESIC. Este tema será parte fija en cada Consejo Asesor.

Se creará una nueva clasificación en la Base de Datos de ESIC (Gestor de contactos) donde se incluyan los grupos de interés externos en entorno al SGC de ESIC (Universidades, Agencias,

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Asociaciones, etc.), entre otros.

EN PROCESO 2016 (actualización información a junio 2017) EN PROCESO 2017:

Identificada la necesidad en junio 2016 de crear un Consejo Asesor Académico y mantener el Consejo Asesor actual que está compuesto de profesionales del mundo empresarial, con diferentes funciones, pero abordando entre sus actividades el seguimiento y mejoras para los procesos de actividades de la escuela, se ha definido una propuesta de creación de un Consejo Asesor (académico y empresarial) por el Director de Desarrollo de Negocio de ESIC. En junio de 2017 ha sido elaborado el documento que define el nuevo Consejo Asesor y que será revisado y aprobado en Comité de Dirección de ESIC en su primera reunión en curso académico 2017/2018. Se espera que su puesta en marcha sea antes de final de año 2017.

- No existe una sistemática establecida de mejoras desarrolladas a partir de los Informes de Titulación debido a una gestión prioritaria de mejoras a nivel área académica y menos de Titulación. Esta situación ha sido heredada de un Sistema de Gestión de Calidad centrado en áreas académicas (Grado y Postgrado). (NC2)

Grado de Cumplimiento: CERRADA

Se pueden evidenciar en la web corporativa de ESIC en cada Titulación en el apartado denominado GARANTIA DE CALIDAD Y SEGUIMIENTO DEL TÍTULO, sub-apartado Informes de Titulación. En el caso del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se pueden ver los informes en el siguiente link: https://www.esic.edu/es/titulo-superior-direccion-marketing-gestion-comercial/?s=garantia_manual_resultados

- No se documenta en cada procedimiento actualmente la ficha integra de indicadores. Actualmente se indica en la página 2 de cada proceso, los indicadores de medición y las fechas a medirlos. (NC3)

Grado de Cumplimiento: CERRADA

Se ha editado una Edición nueva del Procedimiento 5.90 Medición para establecer la existencia de un catálogo único de indicadores con toda la información de interés a medir.

Publicación del Catálogo de Indicadores en la Web de ESIC Apartado Calidad, sub-apartado Procedimientos

Ver <http://www.esic.edu/calidad/procedimientos.php>

Y las **oportunidades de mejora y observaciones** generales al Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC*):

- La difusión del plan estratégico hasta la fecha ha sido internamente a través de las Direcciones de Área a todo el personal de ESIC, pero no se había analizado los beneficios ni requisitos de comunicar unas líneas maestras del plan estratégico.

Grado de Cumplimiento: EN PROCESO

Está en marcha un equipo de trabajo actual que elabora el Plan Estratégico 2016/2020 para ESIC.

- Debido a que el modelo de referencia en el que se basó el SGC de ESIC fue la Norma ISO en el año 2007 y a las adaptaciones realizadas en el Sistema en el 2010 por Modelo Audit, durante este periodo de tiempo (2010 a Actualidad) han convivido ambos modelos produciendo una multitud de informes y comisiones que existían antes de Audit junto a las que se originaron con Audit.

Grado de Cumplimiento: CERRADA

Se han identificado los Informes institucionales o de área a eliminar debido a su duplicidad de información con los Informes de Titulación. Existe un Acta que lo confirma y comunicaciones al Comité

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

de Calidad.

- El inicio de las Comisiones de Titulación con elaboración de Informes se ha visto muy apoyada en una primera fase por la Unidad de Calidad, de tal forma que permitiera una homogeneidad de los Informes iniciales.

Grado de Cumplimiento: CERRADA

Se ha realizado una revisión de la Política de Comisiones (Ed.1) que anexa un Calendario de Actividades y Glosario, además de incluir en la nueva edición un apartado más sobre metodología de elaboración, revisión, aprobación, publicación y rendición de cuentas de los informes.

- La situación del Modelo del SGC en su ciclo de vida desde el 2007 y tal y como se describe en el segundo punto.

Grado de Cumplimiento: CERRADA

Un equipo de Directores de Área Grado y Postgrado de ESIC denominado Área de Diseño, Seguimiento y Renovación de Títulos creada en la Escuela es la responsable final de la revisión cruzada de informes para evitar incoherencias.

Además, se ha creado una Unidad denominada Unidad Técnica dedicada a dar uniformidad y coherencia además de la revisión por parte de la dirección de calidad y acreditaciones.

- No ha existido una sistemática participación de todos los Grupos de Interés en la revisión de procesos antes de la creación de Comisiones de Titulación (Alumnos/as principalmente).

Grado de Cumplimiento: CERRADA

Ya se está realizando, se ha incorporado en el proceso de revisión documental del Sistema de Calidad por parte de Comisiones de Titulación, así como a través del Campus Virtual a todo alumnado y profesorado.

- Dificultades en algunas ocasiones para tener acceso a las Memorias vigentes, además de la dificultad de puesta en marcha de cambios de Memorias en cursos ya iniciados.

Grado de Cumplimiento: CERRADA

Se ha creado una definición de trabajo para seguimiento del cumplimiento de memorias con la incorporación de la Unidad de Calidad como área asesor y auditor del cumplimiento de Memorias.

Ver Calendario de Actividades de Comisiones como revisores principales del cumplimiento de Memorias. Ver renovaciones hasta la fecha.

Fuente Informe de Seguimiento de Audit 2017

En el proceso de **auditoria externa de la implantación de AUDIT**, en el que se revisó el SGIC y se entrevistó a los grupos de interés implicados en el mismo, el equipo auditor consideró que las fortalezas detectadas fueron:

- 1.- La formulación, implantación seguimiento y revisión de la estrategia de calidad.
- 2.- La revisión de resultados por la Dirección a partir de la documentación generada.
- 3.- 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.
- 4.- Las reuniones sistemáticas con los delegados de los estudiantes, así como las que tiene la dirección con cada uno de los grupos.
- 5.- La gestión de quejas y sugerencias, detectándose una rápida respuesta por parte de la Dirección.
- 6.- Las auditorías internas que periódicamente se realizan.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

- 7.- La evaluación del profesorado mediante DOCENTIA.
 - 8.- Los procedimientos de diseños y rediseños de programas, en los que participan expertos externos.
 - 9.- La bienvenida y atención al personal académico y no académico que se incorpora al Centro.
 - 10.- La difusión e información de los programas de movilidad.
 - 11.- La información que se facilita a los grupos de interés internos a través de la página Web.
 - 12.- La orientación de los estudiantes que quieren realizar un postgrado, a fin de seleccionar el que mejor se adapta a su perfil.
 - 13.- Los medios tecnológicos con que cuenta el Centro para el desarrollo de su actividad.
 - 14.- La rápida respuesta de la Dirección ante la solicitud de formación específica por parte del personal tanto académico como no académico.
 - 15.- La organización de diferentes actividades para el personal académico en el periodo en que han concluido los exámenes.
 - 16.- El fomento de la relación con los antiguos alumnos, así como la bolsa de trabajo.
 - 17.- La cercanía y sensibilidad de la Dirección hacia todos los miembros de la organización, incluidos los estudiantes.
 - 18.- El notable incremento del número de doctores.
 - 19.- El compromiso de la Dirección por la Mejora Continua.
 - 20.- El despliegue de los sistemas de calidad a toda la organización.
 - 21.- La coordinación entre Dirección general de ESIC ubicada en Madrid y el equipo de Dirección del centro de ESIC en Valencia.
- Fuente: Informe Audit 2014

Análisis de Datos y Conclusiones

Se han mejorado 21 procedimientos que redundan en una mayor calidad, así como una mejora de la percepción por parte de los grupos interés hacia la Titulación y ESIC.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

3.3 Información relativa a la extinción del plan antiguo

A continuación, se muestra la información relativa de número de alumnos matriculados de planes no vigentes, entre los que se encuentran Plan 2004 y Plan 2009.

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	Variación
Nº Alumnos pendientes del Plan Antiguo de la misma Titulación o asimilada	0	73	33	20	57	185,0%

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

El dato arrojado en la tabla muestra un incremento frente al curso anterior, siendo este dato coherente dado que en este curso académico se ha implantado el Plan 2013 en su conjunto, lo que implica que aquellos alumnos del 2015/2016 estaban matriculados del Plan 2009 en 4º curso y por tanto actualmente se considera plan antiguo.

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>

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

3.4.1 Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación

ALUMNOS PROGRAMAS MOVILIDAD ESIC*			
INDICADOR	2015/16	2016/17	Variación
1. Nº DE ESTUDIANTES IN	199	238	19,60%
2. Nº DE ESTUDIANTES OUT	98	115	17,35%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

A continuación, se desglosan los datos en base a los diferentes Programas de Movilidad. Se aportan los datos globales y los datos de los alumnos internacionales que vienen a ESIC a través de alguno de los convenios y cursan alguna asignatura del Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, así como alumnos de la Titulación que realizan algún programa de movilidad en el extranjero.

Los alumnos que vienen a ESIC bajo Programas de Movilidad, cursan asignaturas de diferentes Titulaciones.

ERASMUS

ALUMNOS PROGRAMAS ERASMUS ESIC			
INDICADOR	2015/2016	2016/2017	Variación
1. Nº DE ESTUDIANTES IN	141	178	26,24%
2. Nº DE ESTUDIANTES OUT	66	86	30,30%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

ALUMNOS PROGRAMAS ERASMUS TSDMC			
INDICADOR	2015/2016	2016/2017	Variación
1. Nº DE ESTUDIANTES IN	104	104	56,25%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

MUNDE

ALUMNOS PROGRAMAS MUNDE ESIC			
INDICADOR	2015/2016	2016/2017	Variación
1. Nº DE ESTUDIANTES IN	58	53	-8,62%
2. Nº DE ESTUDIANTES OUT	5	8	60,00%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

ALUMNOS PROGRAMAS MUNDE TSDMC			
INDICADOR	2015/2016	2016/2017	Variación
1. Nº DE ESTUDIANTES IN	34	53	55,88%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

HORIZON

ALUMNOS PROGRAMAS HORIZON ESIC			
INDICADOR	2015/2016	2016/2017	Variación
2. Nº DE ESTUDIANTES OUT	5	0	-

Fuente Oficina Internacional de ESIC

*Los datos aportados en informes anteriores, no aportaban datos globales. En los datos por Titulación, a los alumnos se las asignaba aquella Titulación donde cursaran un mayor número de asignaturas. A partir del curso 2015/16 un alumno se contabiliza en aquellas Titulaciones donde haya cursado al menos una asignatura.

ACUERDOS UNIVERSIDAD DE CHINA

ALUMNOS (CHINA)			
INDICADOR	2015/16	2015/16	Variación
1. Nº DE ESTUDIANTES IN	14	20	42,86%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

ALUMNOS DE ESIC EN PROGRAMAS DE MOVILIDAD

ALUMNOS TSDMC DE ESIC						
INDICADOR	2012/13	2013/14	2014/15	2015-16	2016/17	Variación
2. Nº DE ESTUDIANTES OUT	20	12	14	22	21	-4,55%

Total, de Convenios Internacionales de ESIC con otras Universidades

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	Variación
Total de Convenios para el Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial	19	20	20	20	23	15,00%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se observa, de los datos aportados, que el número de alumnos internaciones que vienen a ESIC a través de algún programa de movilidad o convenio con Universidades extranjeras son muy positivos. Se hará seguimiento de los mismos con el objetivo de seguir incrementando el número de alumnos internacionales en ESIC.

En lo referente a la movilidad de los alumnos del Título se mantiene estable con respecto al curso académico anterior.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

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.

En el caso de la encuesta realizada al alumnado de 2º curso, la tasa de respuesta ha sido un 20,0% (7 alumnos sobre 35) lo que se considera insuficiente y por tanto no representativa, aunque ha mejorado frente al curso académico anterior.

TITULACIÓN Campus: Madrid	TSDMC – 2º Curso 2013/14	TSDMC – 2º Curso 2014/15	TSDMC – 2º Curso 2015/16	TSDMC – 2º Curso 2016/17	Variación
Despertar inquietudes emprendedoras	7,6	7,4	6,3	5,0	-20,6%
Formación en habilidades de directivas	7,6	7,4	6,0	5,0	-16,7%
Actividades de orientación profesional y personal	6,7	6,4	5,7	4,4	-22,8%

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

En el caso de la encuesta realizada al alumnado de 4º curso, la tasa de respuesta ha sido un 27,4% (23 alumnos sobre 84) lo que se considera insuficiente por no alcanzar el mínimo establecido (50,0%) y por tanto no representativa, aunque se ha incrementado frente al curso académico anterior.

TITULACIÓN Campus: Madrid	TSDMC – 4º Curso 2013/14	TSDMC – 4º Curso 2014/15	TSDMC – 4º Curso 2015/16	TSDMC – 4º Curso 2016/17	Variación
Despertar inquietudes emprendedoras	6,8	6,8	7,8	6,0	-23,1%
Formación en habilidades de directivas	6,4	7,1	7,8	5,7	-26,9%
Actividades de orientación profesional y personal	5,1	5,6	7,1	4,7	-33,8%

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Con respecto a 2º curso no se considera representativo del grupo encuestado debido al número de alumnos que han dado respuesta.

En 4º curso la tasa de respuesta es mejor, pero sigue sin ser representativa.

Pese a dichas tasas los resultados obtenidos en este curso 2016/2017 son muy mejorables por lo que se propone la siguiente propuesta de mejora.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Actualización Plan de estudios del Título

Causa: Mejorar la formación del Alumnado, actualizando el Plan de Estudios, en base a la demanda del Mercado.

Acciones a desarrollar: Modificación del Plan de Estudios

Responsables: Dirección Área de Grado, Dirección de Titulación y Grupo de Trabajo responsable

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación TSDMC

Área de aplicación: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Tiempo de realización: 2018/2019
Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.002xxx
Indicador: Grado de Satisfacción con el Título.

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	2015/16	2016/17	Créditos por curso	%
Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial (TSDMC) – Plan 2013	1º	24	27	27	69	39,13%
	2º	27	46,5	46,5	72	64,58%
	3º	N/A	61,5	61,5	66	93,18
	4º	N/A	N/A	73,5	88,5	83,05
Total (TSDMC) – Plan 2013		51		208.5	295,5	70,56%

Fuente Dirección de Titulación ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Cabe destacar el porcentaje de créditos del Título que son 100% orientación profesional y como se incrementan en 3º curso y 4º curso. Cursos claves para preparar al alumnado para incorporarse al mundo laboral.

Las desviaciones en 2014/2015 frente 2015/2016 es debido a cambios en las tendencias del mercado laboral.

Propuestas de Mejora al Indicador:

Mejora: Actualización Plan de estudios del Título

Causa: Mejorar la formación del Alumnado, actualizando el Plan de Estudios, en base a la demanda del Mercado.

Acciones a desarrollar: Modificación del Plan de Estudios

Responsables: Dirección Área de Grado, Dirección de Titulación y Grupo de Trabajo responsable

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación TSDMC

Área de aplicación: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Tiempo de realización: 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.002xxx

Indicador: Grado de Satisfacción con el Título.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

3.6 Prácticas Profesionales

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

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

https://www.esic.edu/es/titulo-superior-direccion-marketing-global/?centro=01&s=practiclas_externas

También se puede ver el Reglamento en el siguiente link:

https://www.esic.edu/pdf/reglamento_practiclas_academicas_externas.pdf

INDICADOR	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	Variación
DURACIÓN MEDIA DE LAS PRÁCTICAS (HORAS)	676 ¹	733 ²	641 ⁴	932 ⁵	1034 ⁶	10,94%
CALIFICACIÓN MEDIA	8,7	8,9	8,3	8,2	8,83	7,68%
Nº DE ESTUDIANTES MATRICULADOS	134	161	133	119	130	9,24%
Nº DE ESTUDIANTES APROBADOS	76	100	76	73	87	19,18%
Nº DE ESTUDIANTES REALIZANDO PRÁCTICAS	68	95	54	65	83	27,69%
Nº DE ENTIDADES / EMPRESAS OFERTADAS	- ³	0,8%	0,8%	0,8%	0,8%	0,0%
Nº DE PLAZAS ASIGNADAS	68	95	54	65	83	27,69%
TASA DE SUPERACIÓN	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
ESTUDIANTES REALIZANDO PRACTICAS / Nº DE ESTUDIANTES MATRICULADOS	51,0%	59,0%	41,0%	52,1%	63,85%	22,55%

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.

5: La duración media es de 932 horas, siendo 550 curriculares y el resto extracurriculares.

6: La duración media es de 1034 horas, siendo 550 curriculares y el resto extracurriculares.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los resultados referentes a las Prácticas Externas han mejorado frente al curso académico anterior, en lo que respecta a la Calificación media, número de alumnos matriculados, así como número de alumnos realizando prácticas frente a número de estudiantes matriculados.

Como conclusión se consideran resultados muy positivos, y se seguirá trabajando en la misma línea.

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).

Los resultados de dicha encuesta se analizarán en el apartado 7.8.2 del presente Informe.

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:

https://www.esic.edu/es/titulo-superior-direccion-marketing-global/?centro=01&s=atencion_carreras

Los nombramientos alcanzados se publican en la **Revista Alumni de ESIC**, a continuación, se listan las publicaciones de la revista desde el 2013 hasta el 2017:

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>

2016

Número 38: <http://www.esic.edu/alumni/revista/38/index.html>

Número 39: <http://www.esic.edu/alumni/revista/39/index.html>

Número 40: <http://www.esic.edu/alumni/revista/40/index.html>

2017

Número 42: <http://www.esic.edu/alumni/revista/42/index.html>

Número 43: <http://www.esic.edu/alumni/revista/43/index.html>

Número 44: <http://www.esic.edu/alumni/revista/44/index.html>

Número 45: <http://www.esic.edu/alumni/revista/45/index.html>

3.7.1 Ratios de Inserción por Actividades Profesionales

Durante 2016 se realiza la encuesta de Inserción Laboral a los Egresados del Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial. La tasa de respuesta de dicha encuesta ha sido de 15,4% de una muestra de 65 Egresados, por lo que no se considera representativa, aunque se procede a analizar.

De los Egresados que han dado respuesta a dicha encuesta, el 100% se encuentra trabajando, de los cuales el 90% por cuenta ajena.

El 50,0% de los Egresados trabaja en el Área de Marketing, el 20% en Servicios Generales, el 10% en el Área de Finanzas y el 20% restante en Otros no identificados en la encuesta. Lo que desprende que el 80% de los Egresados actualmente trabaja en Áreas funcionales relacionadas con la Titulación cursada.

Análisis de Datos y Conclusiones:

La falta de datos representativos no permite un análisis más detallado que desprenda mejoras para su posterior puesta en marcha.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Realización de Encuestas Inserción Laboral que desprendan datos representativos.

Causa: Resultados y tasas de respuesta no representativas de las Encuestas de Inserción Laboral.

Acciones a Desarrollar: Lanzamiento de encuestas de Inserción Laboral a las promociones 2014/2015 y 2015/2016, en cumplimiento de la Política de Inserción Laboral.

Responsables: Unidad de Desarrollo Profesional, Unidad de Calidad del Área de Grado, Dirección Académica.

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Tiempo Realización: 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.003xxx

Indicador: Tasa de respuesta, media y desviación

3.8 Proyecto Diversidad

ESIC apuesta por ser un centro formativo inclusivo, propiciando una sociedad con igualdad de oportunidades y la no discriminación de las personas. ESIC pretende ser espejo para el mercado laboral, ofreciendo formación e inclusión sociolaboral a las personas que hayan sufrido alguna discriminación en el empleo o con diversidad funcional.

ESIC inicia su andadura para propiciar la igualdad de oportunidades en el año 2011 poniendo en marcha las **Becas Diversidad**, con el objetivo de llevar la diversidad a la empresa a través de las aulas y de los departamentos de Prácticas en Empresa y Carreras Profesionales. El Proyecto Diversidad consigue un impulso más con la firma del Convenio Marco con la Fundación ONCE en junio de 2014.

Desde el Proyecto Diversidad se articula en ESIC un servicio de apoyo a los estudiantes con diversidad funcional así como adaptaciones curriculares.

En el curso 2016/2017, se entregaron 4 Becas Diversidad a alumnado que cursaba alguna de las Titulaciones oficiales, por lo que no se concedió ninguna Beca a alumnado del Título puesto que no se

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

solicitaron.

Actividades desarrolladas durante el Curso Académico 2016/2017 en el Grado en Administración y Dirección de Empresas:

- **Sesión Formativa:** Formación de la Fundación ONCE, dirigida a Alumnado, Personal Docente y Personal de Gestión
- Actuaciones a través de la Unidad Técnica de Diversidad al Personal Docente y Personal de Gestión. “Lenguaje, acercamiento a la inclusión”.
- Convocatoria Beca Telefónica. Plazas reservadas para Alumnos/as con Diversidad Funcional
- En septiembre de 2016 se solicita la adhesión de ESIC al Foro Inserta, creado por Fundación ONCE. Es una plataforma de trabajo en red e innovación social que posibilita, compartir prácticas, herramientas y experiencias que favorezcan el eficaz desarrollo de las políticas de RSE-D. En enero de 2017 confirman la aprobación de ESIC como socios y su formalización se llevará a cabo próximamente.

3.9 Otros

3.9.1 Premios a la Excelencia

Este año se ha celebrado la 5ª 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/>

3.9.2 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 y publicado en la web en el siguiente enlace:

https://www.esic.edu/es/titulo-superior-direccion-marketing-global/?centro=01&s=atencion_acogida

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.

https://www.esic.edu/es/titulo-superior-direccion-marketing-global/?centro=01&s=atencion_cursos

3.9.3 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.

<https://www.esic.edu/calidad/pdf/memoria-resumen-de-esic-2016-version-espanol.pdf>

En cuanto al Concurso ESICrea, en su 13ª Edición, y siguiendo su vocación de combinar creatividad y conciencia social al servicio de organizaciones humanitarias y actividades sociales.

Una vez más, este año se ha contado con la participación de la Fundación Luz Casanova, con una campaña donde se ha tratado el tema de cyberbullying/cyberacoso.

La calidad de los trabajos presentados, ha sido valorada muy positivamente por la Fundación Luz Casanova, que presentó las piezas ganadoras en un acto con periodistas que tuvo lugar en la Casa Encendida en Madrid

Para las próximas ediciones se está trabajando con la posibilidad de implicar a algunos alumnos en la coordinación y puesta en marcha del concurso, con el objetivo de que se conviertan en prescriptores y embajadores del mismo. Además, y de cara a recoger la evolución de los trabajos presentados a lo largo de los 13 años de historia de ESICrea, se está desarrollando un microsite que permita ver, para cada edición, una muestra significativa de las piezas publicitarias presentadas.

Ver más información en la ESICrea: <https://esicrea.wordpress.com/>

3.9.4 Aula Multimedia

Como viene siendo habitual desde la creación de este espacio, durante este curso se han planificado los cursos de diseño gráfico y multimedia.

ESIC, consciente de que el futuro de la comunicación pasa por el dominio del entorno virtual-multimedia, al servicio de un producto audiovisual multiformato de gran calidad, busca preparar profesionales capacitados para afrontar con garantías este nuevo reto tecnológico. En este sentido, durante el curso se ha puesto en marcha el Programa Avanzado de Herramientas Multimedia (PAHM),

Dicho Programa está dividido en 3 bloques de 20 horas cada uno, referidos a herramientas gráficas; audiovisuales y fotografía y producción de video, respectivamente. Los bloques cuentan con un caso "río", transversal con la participación de la Empresa Social AUARA, un agua solidaria para la que se desarrollarán, según *briefing*, un conjunto de piezas gráficas y audiovisuales.

Durante este curso se ha puesto en marcha el primer bloque (Herramientas gráficas) con una participación de 25 alumnos.

Toda la información sobre los cursos se recoge en el blog del Aula Multimedia:

<https://esicaulamultimedia.wordpress.com>

Análisis de Datos y Conclusiones:

ESIC trata siempre de ofrecer a sus alumnos formación integral en el mundo de la empresa y el Aula Multimedia favorece este objetivo

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

4 PROFESORADO

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

<http://www.esic.edu/buscador-guias-docentes/?ldP=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*	2015/16*	2016/17
Total Profesores de la Titulación	44	45	46	72
Licenciados/Ingenieros	34	35	28	46
Doctores	10	10	18	26
Doctores Acreditados	5	4	6	7
Tasa % Doctores Acreditados	50,00%	40,00%	33,33%	26,9%

Fuente **Secretaría General de ESIC**

*Claustro de Profesorado Plan 2013

A continuación, se detalla en la tabla el perfil de Personal Docente de la Titulación en el curso académico 2016/2017, en base a su vinculación a ESIC.

		PROFESORES		ECTS IMPARTIDOS	
		Número	% sobre DEDICACIÓN A ESIC	Número	% sobre el título
Full Time	Total	40	55,6%	290,0	65,8%
	Licenciado	24	60,0%	185,0	63,8%
	Doctor *	16	40,0%	105,0	36,2%
	Acreditado	5	31,3%	21,0	20,0%
Part Time	Total	28	38,9%	139,0	31,5%
	Licenciado	19	67,9%	97,0	69,8%
	Doctor *	9	32,1%	42,0	30,2%
	Acreditado	2	22,2%	10,5	25,0%
Colaborador	Total	4	5,6%	12,0	2,7%
	Licenciado	3	75,0%	9,0	75,0%
	Doctor *	1	25,0%	3,0	25,0%
	Acreditado	0	0,0%	0,0	0,0%
Total	Total	72	100,0%	441,0	100,0%
	Licenciado	46	63,9%	291,0	66,0%
	Doctor *	26	36,1%	150,0	34,0%
	Acreditado	7	26,9%	31,5	21,0%

* DOCTOR es la suma de Doctor y Doctor Acreditado

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los datos arrojados se consideran adecuados, incrementándose el número de Doctores en el Título, en base a RD 420/2015, que pese a ser una Titulación Propia, absorbe los requerimientos de una Titulación Oficial.

Se destaca que más del 60% del Personal Docente de la Titulación es a Tiempo Completo.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

4.2 Actividad investigadora

Se podrá ver mayor detalle de la investigación del año 2015/2016 en la Memoria de Investigación:

<https://www.esic.edu/pdf/memoria-de-investigacion-esic-2016-2017.pdf>

En la tabla que se muestra, se puede ver el resumen de la Actividad Investigadora durante el curso 2016/2017, a nivel nacional.

	2016/2017	% representa
1. Revistas de Investigación	136	27,7%
2. Publicaciones Editoriales	26	5,3%
3. Tesis Doctorales	40	8,1%
4. Desarrollo e Innovación Pedagógica	7	1,4%
5. Proyectos de Investigación	63	12,8%
6. Participación en Congresos, Seminarios y Jornadas Científicas	91	18,5%
7. Otras Actividades de Investigación	128	26,1%
Total Contribuciones Actividad Investigadora	491	100,0%

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

A continuación, se desglosan aquellos puntos más relevantes y el detalle de todos se puede consultar en la Memoria de Investigación Anual.

1. Revistas de Investigación

Memoria Anual 2016/2017	Total	% representa
Total Revistas de Investigación	136	100%
Publicaciones de artículos en Revistas de relevancia Científica	59	43,4%
Revisión en Revistas de relevancia Científica	30	22,1%
Pertenencia a Comités de Dirección/Editor	7	5,1%
		70,6%

3. Tesis Doctorales

Memoria Anual 2016/2017	Total	% representa
Total Tesis Doctorales	40	100%
Tesis Doctorales ledas y aprobadas	11	27,5%
Dirección de Tesis Doctorales	5	12,5%
		40,0%%

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

5. Proyectos de Investigación

Memoria Anual 2016/2017	Total	% representa
Total Proyectos de Investigación	63	100%
Nº de Proyectos del Departamento de Investigación	24	38,1%
Proyectos (Profesores en otros Proyectos)	39	61,9%
		100,0%

6. Participación en Congresos, Seminarios, y Jornadas Científicas

Memoria Anual 2016/2017	Total	% representa
Total Participación en Congresos, Seminarios y J. Científicas	91	100%
Comunicación y Ponencias	75	82,4%
		100,0%

A continuación, se listan los datos referentes a la Investigación del profesorado de la Titulación: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial 2016/2017:

	2016/2017
Publicaciones de artículos en Revistas de relevancia Científica	13
Revisión en Revistas de relevancia Científica	7
Pertenencia a Comités de Dirección/Editor	2
Tesis Doctorales ledas y aprobadas	4
Dirección de Tesis Doctorales	0
Nº de Proyectos del Departamento de Investigación	13
Proyectos (Profesores en otros Proyectos)	14
Comunicación y Ponencias	22

* Fuente Dpto. de Investigación de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los datos que desprenden la tabla aportada sobre la investigación del profesorado de la Titulación se consideran adecuados, aunque se sugiere reforzar este punto dada la importancia de la misma para el alumnado del Título.

Cabe destacar que más del 42% de los Proyectos de Investigación los han realizado profesorado del Título, así como casi el 25% de las Ponencias y más de un 16% en Revistas de Investigación.

Propuestas de Mejoras al Indicador

Mejora: Programa de Fomento y Desarrollo a la Investigación.

Causa: Se detecta la necesidad de mejorar dicha actividad dada la importancia de la misma y con el objetivo consolidar nuestra cercanía con el mundo empresarial, ser un jugador en Marketing y Economía Digital, y apoyar la empleabilidad de nuestros alumnos.

Acciones a Desarrollar: Plan de Investigación Anual.

Responsables: Departamento de Investigación

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Tiempo Realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.004xxx

Indicador: Nº actividades investigadoras con respecto al curso anterior.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

4.3 Calidad del Profesorado:

ESIC busca mejorar la motivación, cualificación y sentido de pertenencia del Profesorado.

- Selección de nuevos profesores
 - Identificación de perfiles idóneos
 - Cobertura necesidades por Campus
 - Sistematizar esquemas de búsqueda
- Cualificación/formación
 - Idiomas
 - Higher Education Academy (Student Centered Learning)
 - Nuevas Tecnologías
 - Para fomentar la Investigación
 - Cumplimiento RD, criterios Doctores y Doctores Acreditados
 - Seguimiento y Renovación de Títulos
 - Innovaciones/Tendencias
 - Cursos de Verano/Jornadas Departamentales.
- Cercanía/Escucha activa
 - Claustro inicio de curso
 - Director General
 - Directores de Campus
 - Director de Área
 - Reuniones Individuales Sistemáticas
 - Reuniones de Coordinación y participación
 - Por Departamentos
 - Tutores de Grupo
 - Tutores TFG's y Tutores de Prácticas
 - Reuniones con profesorado de Campus y Dirección de Área
 - Facilitar relaciones e integración entre profesores de diferentes Campus
- Desarrollo Profesional
- Reconocimientos

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

A continuación, se detallan los resultados globales de ESIC del proceso de evaluación DOCENTIA en la convocatoria 2014, 2015 y 2016.

Datos Globales ESIC	Convocatoria 2014 ¹		Convocatoria 2015		Convocatoria 2016	
	Número de profesores	Porcentaje	Número de profesores	Porcentaje	Número de profesores	Porcentaje
EXCELENTE	3	7,3%	13	32%	10	24%
NOTABLE	34	83%	21	51%	23	55%
BIEN	3	7,3%	6	15%	8	19%
ADECUADO	1	2,43%	0	0%	1	2%
MEJORABLE	0	0,00%	1	2%	0	0%
MUY MEJORABLE	0	0,00%	0	0%	0	0%
Total	41	100%	41	100%	42	100%

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

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

Para el curso 2016/2017 los resultados fueron los siguientes:

Del total de profesorado del Plan 2013, más del 60% ha pasado el proceso Docencia en sus diferentes convocatorias.

En la última han pasado el proceso 13 profesores, que imparten docencia en el Título, de los cuales 2 fueron evaluados con **EXCELENTE**, 6 con **NOTABLE** y 5 con **BIEN**.

El informe completo puede verse en la web de ESIC:

<http://www.esic.edu/calidad/docencia.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 2016/17 se presentaron 5 solicitudes para el programa de movilidad docente.

	2013/14	2014/15	2015/16	2016/2017	Variación
Profesores con acuerdos ERASMUS docencia	4	2	7	5	-28,6%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

La comisión de evaluación siguió estos criterios para la selección de profesores, por este orden: Idioma (preferible impartir en inglés), Doctor, Tipo Contrato ESIC y no haber ido el año anterior. Los profesores que se acogieron al programa de movilidad con docencia fueron (todos los que presentaron solicitud):

Nombre y Apellidos	Docencia / Formación	Universidad	Tiempo de Estancia
Araceli Maseda	Docencia	Hochschule Trier	2 días
Elena González Rodrigo	Docencia	Budapest Metropolitan	2 días
José Manuel Más Iglesias	Docencia	University of The Aegean	3 días
Jesús Centenera	Docencia	Pfh Private Hochschule Gottingen	2 días
María Teresa Palomo	Docencia	Hochschule Trier	2 días

Destacar que, de los 5 profesores en Programas de Movilidad en el curso académico 2016/17, 3 han impartido docencia en el Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, lo que implica un 60,0% del total de profesores que se han acogido a este programa.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

En los próximos cursos se seguirá fomentando que un número de profesores se acojan a la movilidad con idea de que la mayoría de profesores de Grado tengan una experiencia internacional.

Análisis de Datos y Conclusiones:

El 60,0% del Personal Docente que ha realizado algún Programa de Movilidad en el 2016/2017 ha impartido Docencia en el Título lo que se considera positivo.

Se debe mejorar dicho ratio ya que revierte en la calidad del Título y por tanto en la formación del Alumnado

Propuestas de Mejoras al Indicador

Mejora: Incrementar el Nº de Profesores que realizan movilidad a través de los diferentes programas.

Causa: Menos profesores han realizado programas de movilidad durante el curso.

Acciones a Desarrollar:

Responsables: Desarrollo Internacional y Oficina Internacional

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2017/2018

Indicador: Nº de profesores que han realizado movilidad con respecto al año anterior.

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.005xxx

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).
- Renovación de 130 licencias del programa Adobe Creative con aplicaciones de diseño digital y multimedia más actuales.
- 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
- Unidad de Desarrollo Profesional
 - o Departamento de Prácticas en Empresa y Carreras Profesionales
 - o Departamento de Antiguos alumnos
 - o Departamento de ESIC Emprendedores
 - Incubadora
- Oficina Internacional

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

- Departamento de Investigación
- 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 Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, además de las instalaciones comunes, han usado este curso 7 aulas.

ESIC inauguró en 2013/14, 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.

Las mejoras realizadas sobre las Instalaciones del Campus durante el curso académico 2015/16 han sido:

- En el Edificio central del Campus de Pozuelo (Área Universitaria)
 - Obra en la antigua Biblioteca, lo que ha dado lugar a la creación de un espacio donde se ubica la Unidad de Desarrollo Profesional (UDP), espacio para Emprendedores, Oficina Internacional, Venta de Libros y varias salas de trabajo/reuniones.
 - Obra en la planta sótano. Remodelación del Departamento de Marketing y Comunicación. Creación del espacio de trabajo de Transformación Digital y Departamento de Sistemas.
 - También se lleva a cabo la remodelación en la planta sótano, del almacén de la antigua biblioteca y almacén de libros.
- Seguridad:
 - Se instalaron Cámaras de Seguridad en el exterior del Edificio, en las entradas al Edificio, así como dentro del edificio en los accesos.
- Informática:
 - Se cambian todos los ordenadores del Área, en total 240 equipos.

Además, ESIC pone a disposición del alumno:

<https://www.esic.edu/es/titulo-superior-direccion-marketing-global/?centro=01&s=infraestructura>

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

5.2 Recursos humanos (PAS)

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

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

A continuación, pasamos a detallar el Personal de Gestión de ESIC, así como el Personal de las Áreas/Departamentos más relevantes del Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Personal de Gestión	2014/15	2015/16	2016/2017	Variación
Total Personal de Gestión – ESIC Campus Pozuelo	81	82	95	15,85%
Admisiones Área de Grado	3	4	5	25,00%
Secretaría / Coordinación Área de Grado	5	7	8	14,28%
Oficina Internacional	3	5	5	0,00%
Departamento de Prácticas	4	4	6	50,00%

Cabe destacar los Tutores declarados por cada curso en el Título se pueden ver en el siguiente link:
https://www.esic.edu/es/titulo-superior-direccion-marketing-global/?centro=01&s=atencion_tutorizacion

Los cambios relacionados con el Personal Directivo decididos durante el curso académico 2016/2017 fueron:

- José Manuel Mas: Director del Departamento Académico de Dirección de Marketing.
- Abel Monfort: Director del Departamento Académico de Dirección de Empresas.
- Ruth Fernández: Coordinadora del Departamento Académico de Dirección de Marketing.
- Maite Palomo: Coordinadora del Departamento Académico de Dirección de Empresas.
- Eva Beltrán: Apoyo Técnico al Departamento Académico de TFG's.

6 MEMORIA DE ACTIVIDADES

6.1 Actividades desarrolladas

Crear valor y crecer a través del enriquecimiento del portfolio de Programas.

URJC:

- Solicitud Modifica GRDB: N° de Plazas
- Diferentes reuniones de coordinación con Rectorado
- Autorización Bachelor Business Administration and Management (BBAM)
- Puesta en marcha: 1º GRDB y 1º E GRADE (Modalidad ADE en inglés 2017/2018)

UMH:

- Diferentes reuniones de Coordinación con Rectorado
- Nueva Memoria de GRDB. En Proceso
- Nuevo Acuerdo Centro Adscrito
- Puesta en marcha 3º GRIB

USJ:

- Puesta en marcha 1º GRMK
- Doble Grado GRADE (USJ) + GRMK (ESIC), de forma secuencial (4+2). Plan de convalidaciones específico
- Reunión con Calidad USJ
- Programadas actividades extracurriculares para 1º curso

URV:

- Autorizado Grado en Marketing
- Inauguración Campus Universitario Santa Eulalia.
- Puesta en marcha de 1º Bachelor en Marketing

GRANADA:

- Incorporación del Título Propio (2017/2018)
- Reunión Claustro de Profesores
- Diferentes visitas, en ambas direcciones.

TÍTULO SUPERIOR:

- Reconfiguración del Programa Avanzado (PAHE) y del Título Superior con Grados en Valencia (2017/2018)
- Puesta en marcha del Plan 2013, para 4º y 5º curso.

NUEVO PLAN (Título Superior)

- Esquema de Trabajo
 - Equipo Directo, Equipo ampliado y Director del Área
 - Cinco Fases
 - 1ª fase: Consideraciones previas
 - 2ª fase: Escucha activa
 - 3ª fase: Creación

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

- 4ª fase: Reducción
- 5ª fase: Concreción
- Información al Comité de Dirección
 - Enero, Marzo y Julio
- Cumplimiento de los plazos establecidos
- Actividades básicas
 - Cierre del Plan de Estudios
 - Diseño de Memoria 2018
 - Reconfiguración nuevo Programa Avanzado y Título Superior con Grados
 - Aprovechamientos novedades metodológicas en los Grados oficiales.

Reforzar la actividad de Seguimiento y Renovación de Títulos

- Consolidado la sistematización de la actividad, convirtiéndose en una actividad recurrente.
 - Campus Madrid, Valencia y Zaragoza
 - Iniciándose en Campus de Barcelona
- Madrid
 - Superada con éxito Reacreditación GRPUB y elaborado correspondiente PAM
 - Programados los trabajos necesarios y entregadas evidencias para Reacreditación de GRMK y GRADE
 - Elaborados y aprobados los Informes Anuales de Titulación 2015/2016
 - Celebradas las Comisiones de Titulación (Diciembre 2016/Enero 2017 y Julio 2017)
 - Auditoría Interna (Marzo 2017)
 - Nueva Memoria GRADE (vigente a partir 2017/2018)
 - Reunión Director Fundación Madri+d (Noviembre 2016)
- Valencia
 - Informe de Seguimiento favorable GRIB (AVAP). Elaborado PAM correspondiente
 - Elaborados y aprobados los Informes Anuales de Titulación 2015/2016
 - Celebradas las Comisiones de Titulación
 - Auditoría interna (Mayo 2017)
- Zaragoza
 - Reunión con Calidad USJ (Marzo 2017)
 - Reunión con Comisión de Titulación
 - Claustro Profesores (Julio 2016)
 - Auditoría Interna (Marzo 2017)
- Barcelona
 - Diferentes reuniones con Dirección Campus Universitario y Responsable Titulación Bachelor
 - Claustro Profesores GRMK (Julio 2017)
 - Auditoría Interna (Mayo 2017)
- Profesorado
 - Base de datos por cualificación académica y dedicación (centros adscritos)
 - Generados apoyos para la consecución de Doctorados y Acreditaciones
 - Ampliación base profesores inglés (Madrid y Valencia)
- TFG´s
 - 70% presentados en Madrid, 85% Valencia y 100% Barcelona (TSDMC)
 - Repositorio público operativo en Biblioteca Madrid

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

- Realización seminarios metodológicos
- Actualización reglamentos, tanto para Grados oficiales como Título Superior
- Reunión anual Tutores TFG's (noviembre 2016)
- Remitidas novedades a los Campus
- Prácticas Externas
 - Actualización del Reglamento de Prácticas
 - Ampliación del N° de Tutores
 - Reunión anual de Tutores Académicos de Prácticas
- Encuestas Profesorado
 - Participación media: 70% (buen índice). Año anterior 64%
 - Valoración media: 7,45
 - Registros por debajo de 6,5: 15% (mejor que el objetivo)
- Guías Docentes
 - Edición 7 (2017/2018)
- Otros Temas
 - Reconocimiento Académico de Créditos
 - Gestión documental para la recogida de evidencias de evaluación
 - Nuevo formato carátula de examen

Dotar al Área de una estructura más sólida y sostenible

- Aprobación de la Ordenación Académica de Grado (Abril 2017)
- Se ha seguido optimizando el Modelo mixto de gestión
 - Funciones de las direcciones de Departamento Académico
 - Funciones de las direcciones de Titulación
- Cobertura de necesidades urgentes del profesorado
 - Pozuelo: Inglés, Doctores Acreditados, Profesionales cercanos a la realidad empresarial (Título propio)
 - Promoción interna: 4 nuevos doctores, 1 nuevo doctor acreditado y 7 nuevos profesores inglés
 - Incorporaciones para 2017/2018
 - Grados oficiales: 11 Doctores, 1 Doctor Acreditado, 2 Acreditándose
 - Inglés: 21 nuevos profesores
 - Total: 25 nuevos profesores
 - Resto de Campus con Centro Adscrito
 - Promoción interna: 1 Doctor, 3 Doctores Acreditados
 - Incorporaciones: Las necesarias para cumplir criterios (en proceso)

Actualizar la Metodología Docente, centrándola en el Alumno, tanto en el aula como fuera del aula

- Configuración del nuevo Título Propio
 - 8 bloques específicos (semestres)
 - Enfoque metodológico aportado
- Masterclass Experience
 - Prueba piloto con éxito. 2º semestre, para Pozuelo, y para los 54 grupos existentes
 - Previamente, experiencia con 1 grupo

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

- A nivel global, se han desarrollado 2 sesiones, con 4 y 5 actividades cada una
- 2017/2018, extensión a todo el curso, con derivaciones a Campus (vía streaming o bien replicando experiencia Pozuelo, Valencia y Barcelona)
- Actualización y racionalización de los Sistemas de Evaluación continua
 - Alumnos en 1ª matrícula
 - Alumnos en 2ª o posteriores matrículas (exentos de presencialidad)
- Higher Education Academy Project
 - 2 niveles de certificación por HEA (United Kingdom)
 - Seleccionados 10 formadores (inicialmente 3 de Grado, posteriormente ajuste a 2)
 - Inicio de formación para profesores (2017/2018)
- Otros temas
 - Obligatoriedad uso funcionalidades básicas en Moodle en Campus con Centro Adscrito, aconsejable resto de Campus
 - Edición Manual Sistema Antiplagio (Turnitin)
 - Aula Multimedia: puesta en marcha PSHM
 - Nuevo enfoque “cursos 0”
 - Prueba piloto asignatura “critical thinking” (1 grupo de GRADE, futuro ADE en inglés)
 - Trabajo intercampus Ecosistema Digital (Madrid, Valencia, Sevilla y Málaga)
 - Aprovechamiento, a nivel docente, Informe de tendencias (UDP)
 - 1º informe: Hard and Soft skills
 - 2º informe: Emprendimiento
 - Así como el 1º observatorio de inserción laboral
 - Se han seguido haciendo pruebas sobre nuevas metodologías (en base a las herramientas digitales) en asignaturas del Título propio con los Grado (5º curso)

Impulsar la Investigación

- Se han identificado los niveles del profesorado (Madrid y Valencia) en cuanto a su perfil investigador:
 - 0: No investigación
 - 1: Investigación puntual, espontánea, ... vía Comité de Investigación
 - 2: Investigador asociado
 - 3: Investigador principal
 - 4: Research Mentor
- Autorización y puesta en marcha Plan de Apoyo a la Acreditación (Departamento de Investigación)
 - Sesiones en Madrid, Valencia y Zaragoza
 - Previsto en Barcelona para Septiembre 2017
- Autorización y puesta en marcha Plan Anual de Investigación 2017 (Departamento de Investigación)
 - En dicho contexto, autorización de 3 equipos de proyecto en Madrid (en los que participan 9 profesores) y un equipo de proyecto en Valencia (3 profesores), además de contar con el apoyo de varios colaboradores externos
 - También autorización y puesta en marcha de la Unidad Permanente de Investigación, con una dotación de 1 Research Mentor, 2 investigadores principales, y 5 investigadores asociados. Participan 2 profesores de Grado de Pozuelo
- Fomento equipos de innovación docente
 - 2 equipos en Valencia y 1 equipo en Pozuelo
 - Aplicación concreta en varias asignaturas de GRPUB
 - IMAT 2017: Innovación Docente (ESIC Valencia)

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

- Solicitud SCOPUS para [aDResearch ESIC](#) y JCR para [ESIC Market](#)
- Producción investigadora: Referencias objetivas para el curso
 - 10 nuevos Doctores y 8 nuevos Doctores Acreditados (básicamente en Madrid y Valencia)
 - Promoción interna: 5 nuevos Doctores y 4 nuevos Acreditados
 - Nuevas incorporaciones: Sólo en Pozuelo, 11 nuevos Doctores. 1 nuevo Acreditado, 2 a punto de acreditarse.
 - En Zaragoza: 2 nuevos Doctores
 - En Barcelona: 4 nuevos Doctores
 - Se ha más que duplicado el objetivo de número de Doctores y casi se ha alcanzado el de Doctores Acreditados
 - Investigación aplicada: 10 Casos de Estudio y 10 Notas Técnicas
 - Casos de estudio publicados: 4
 - Notas Técnicas publicadas: 5
 - Generación de 5 “papers” JCR y otros 5 en las 3 revistas de ESIC
 - JCR’s: 8
 - Artículos en revistas de ESIC: 4

Otras Actividades

- Compromiso 2020 (Institucional)
 - Cinco Culturas
 - Equipo base: M^a Jesús Merino (Coordinadora)
 - Equipo en Grado: Maite Palomo, José Manuel Mas y Segundo Huarte
 - En Grado Pozuelo: 38 iniciativas presentadas. Seleccionadas “La mujer, protagonista del siglo XXI” en Claustro y “Emprendimiento Social” en Personal
 - Premiadados (Grado)
 - 1º premio en Claustro: Jaume González (Barcelona)
 - Mención en Claustro: Daniel Patricio (Pozuelo), Departamento Académico de Idiomas
 - Mención en Personal: José Manuel Mas (Pozuelo)
 - ESIC Experience
 - Equipo para Grado: José Luis Casado, Manuel Cantero, Segundo Huarte
 - Identificadas 6 iniciativas:
 - Pre- Grado:
 - Digitalizar formulario de admisión
 - Sistematizar contactos entre reserva de plaza e inicio de clases
 - Grado
 - Masterclass Experience
 - Último año estancia en ESIC (4º o 5º)
 - Alumni
 - Mapa de contactos sistemáticos desde 1º a 5º
 - LinkedIn ESIC
- Internacional
 - Reuniones sistemáticas mensuales con la U.D. Internacional
 - Higher Education Academy
 - Movilidad internacional alumnos
 - Alumnos incoming (+15% s/2015-2016)

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

- Alumnos outgoing (+20% s/2015-2016)
- Movilidad internacional profesores
 - Out: 5
 - In: 3
- Estancias internacionales en Universidades Norteamericanas de 5 profesores y en Universidad china de 1 profesora (Julio/ Agosto/ primeros de Septiembre) para cuestiones de investigación e innovación docente
- 2 becas para máster en China de 2 años. Zhejiang University. 2017/2018
- 2 becas para Summer Course en China. SWUFE (Chengdu). Julio 2017
- Curso de verano "Nottingham Study Tour" 4ª edición. Del 10 al 14 de Septiembre de 2017
- 102 alumnos con exámenes oficiales de Cambridge (+29% sobre curso pasado).
- Elaborado nuevo procedimiento evaluaciones alumnos Erasmus (asignaturas en learning agreement, resto de asignaturas)
- Calidad
 - Auditorías internas
 - 27 y 28/3/2017. Pozuelo
 - 19/5/2017: Valencia
 - 17/5/2017: Barcelona
 - 2/3/2017: Zaragoza
 - 29/3/2017: Navarra
 - Plan anual de Formación
 - Idiomas
 - Cursos de verano/Jornadas Departamentales
 - Cursos para Investigación
 - Excel avanzado para Tutores
 - Sesiones de formación de Audit y ANECA
 - Docencia 2016
 - Políticas Académicas
 - Nuevas
 - Calificación y revisión pruebas de evaluación
 - Conservación pruebas de evaluación
 - Convalidaciones, reconocimientos y transferencia de créditos
 - Actualización
 - Comisión Académica de Titulación
 - Ultimándose Manuales de Bienvenida de Profesor y Estudiante
 - Preparándose la renovación de la Acreditación AUDIT (para Abril / Mayo 2018)

Actividades Recurrentes

- Participación en reuniones habituales de:
 - Comité de Dirección
 - Comité Ejecutivo
 - Comité de Calidad
 - Comité de Investigación
- Participación en la elaboración de la Guía Académica 2017/18
- Claustro de Profesores e Inauguración de Cursos por Campus

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

- Reuniones mensuales del Comité Académico de Grado, con asistencia rotatoria los Responsables Académicos de Campus
- Reuniones profesorado por Departamentos. Dos al año
- Reuniones con Delegados. Dos al año
- Reuniones con Tutores. Tres al año
- Visitas a Campus
- Cursos de verano/Jornadas Departamentales
 - Todos los Departamentos
 - 142 profesores, más del doble con respecto al año anterior
 - Participación de todos los Campus prácticamente
- Programación Académica
- 5ª Edición Premios Excelencia
- Premios / Concursos / Participación:
 - CAREM (Plan de Marketing)
 - CAIXABANK (Creación de Empresas)
 - Mejor iniciativa emprendedora de TFG's (CAIXABANK)
 - ESIC CREA
 - NIELSEN Investigación de Mercados
 - ESIC Marketing Predator
 - ESIC/ oficina española de patentes y marcas
- Cursos 0 en Matemáticas y Contabilidad
- Sesiones informativas para grupos en inglés (Marzo), programa de continuidad (4+1)
- Cursos de refuerzo entre convocatorias

Actividades Singulares

- Ranking U-Multirank 2017: 1ª vez que Grado aparece en un ranking internacional univesitario
- Ranking Youth: 1ª vez que participa Grado. No se consigue entrar
- Foro Inserta (Madrid)
- Presentación “El Barómetro de los Círculos” con el Círculo de Empresarios (Madrid)
- Colaboración en el observatorio de la Comunicación Institucional (Madrid)
- Puesta en marcha PSHM/Aula Multimedia (Madrid)
- IMAT 2017 (Valencia)
- Club de Debate (Valencia)
- Marketing en bus (Barcelona)
- Jornadas deportivas anuales (Sevilla y Málaga)
- Club de Marketing (Sevilla)
- Fomento del Emprendimiento (Zaragoza)
- Innochallenge (Navarra)

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

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

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		Curso 2015/16		Curso 2016/17	
	Nueva Edición	Nuevo Documento						
Nuevos Procedimientos	11	0	6	0	1	0	2	0
Nuevas Políticas	0	4	1	3	2	0	2	3
Nuevos Manuales RRHH	1	0	2	0	1	0	0	0

Procedimientos

Nueva Edición

- Manual de Calidad Ed.8
- 1.20 Proceso de determinación, difusión, seguimiento y revisión de objetivos Ed.6

Políticas

Nueva Documento

- Política de Calificación y Revisión de las Pruebas de Evaluación. Área de Grado. Ed 0
- Política de Conservación de las Pruebas de Evaluación. Área de Grado y Máster Universitarios. Ed 0
- Política de Convalidaciones, Reconocimientos y Transferencia de Créditos. Área de Grado. Ed.0

Nueva Edición

- Política de Comisión Académica de Titulación de ESIC. Área de Grado y Postgrado. Ed 2
- Política de Calificación y Revisión de las Pruebas de Evaluación. Área de Grado. Ed 1

A continuación, detallamos otros documentos pertinentes que se han generado o actualizado:

Manuales del Área

Nueva Edición

- Manual de Bienvenida al Profesor y PAS.

Nueva Documento

- Manual de Bienvenida al Estudiante. Ed.1

Formatos

Nueva Edición

- Formulario Cambio de Clases. Área de Grado. Ed.0
- Formato Impreso Expulsión Clase. Área de Grado. Ed.0

Actualización

- Carátula Exámenes. Pozuelo y Valencia. Ed. 9 (Inglés y Español)
- Guía Docente. Ed. 7

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

Continúa el proceso de actualización de manuales y procedimientos del Sistema de Garantía Interna de Calidad de ESIC.

Propuestas de Mejoras al Indicador

Mejora: Revisión de los Procedimientos que aplican al Área y a nivel Institucional.

Causa: Cambios en la Organización que requiere una revisión y ordenación de dichos procedimientos.

Acciones a Desarrollar: Puesta en marcha de Proyecto de Mejora del Sistema de Gestión y creación de Grupos de Trabajo por Área.

Responsables: Responsable del Área

Procedencia de la Mejora: Dirección de Calidad y Acreditaciones

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2017/2018

Indicador: Nuevas ediciones de los procedimientos y puesta en marcha de nuevos procedimientos

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.001xxx

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.

https://www.esic.edu/es/titulo-superior-direccion-marketing-global/?centro=01&s=garantia_comision

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: 17/01/2017. 15:00h / 16:00h

Miembros de Comité (Nombre y Puesto)

Asistentes:

Director: D. Alberto Alcalde,

Coordinador: D. Oscar Herranz,

Profesor 1: D Francisco Javier Zúñiga,

Profesor 2: D^a Cristina Sanz

Delegada: D^a Eva Perisé

Delegada: D Juan Insausti

Personal de Gestión: D^a. Susana Valle

Experto externo: D. Ignacio García Mazón,

Asisten, asimismo, D Segundo Huarte, Director del Área de Grado, D^a Gracia Serrano, Directora de Calidad y Acreditaciones, D^a Maruchy de Obesso, Responsable de Diseño, Seguimiento y Renovación de Títulos y D^a Leticia Aymerich, Unidad Técnica de Seguimiento y Renovación de Títulos

Temas a tratar:

Parte conjunta de Comisiones

- Memorias de seguimiento de la URJC
- Análisis de las mejoras propuestas grado de implantación de las mismas
- Preparación del informe de 2015/2016.
- Próxima renovación de Títulos
- DOCENTIA como mecanismo de evaluación del profesorado

Parte específica de la Comisión del Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

- Coordinación
- Aprobación Informe Anual 2014/2015
- Cualquier tema que consideréis oportuno
- Ruegos y preguntas.

Toma la palabra Segundo Huarte, Director del Área de Grado, agradeciendo la asistencia y recuerda la importancia de las Comisiones.

Este es un año muy importante, ya que tenemos la ReAcreditación de un par de Títulos.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Informa de la próxima entrega de evidencias y Autoinforme a la URJC, que tiene hasta el 31 de Enero para presentarlo a la Fundación Madri+d.

Recuerda que a la visita física (por la experiencia de la ReAcreditación de otro Título) deben asistir:

- Dirección
- Comisiones de Titulación
- Profesores
- Coordinadores de prácticas
- Coordinadores de TFG
- Empleadores
- Alumnos
- Egresados

Y se analizan:

- Evidencias aportadas previamente
- 4 Asignaturas
- Prácticas
- TFG

Estas reuniones se hacen tanto para Grados oficiales como para el Título Privado, ya que todos están bajo el paraguas de Audit

Gracia Serrano, Directora de Calidad y Acreditaciones, recuerda que estos procesos de renovación, auditorías externas tienen que verse como una mejora continua, además de las auditorías internas se desarrollan cada año.

D. Segundo Huarte, Director del Área de Grado, reitera su agradecimiento y la Comisión procede a seguir con la reunión.

En concreto en la reunión de la Comisión de TSDMG, se constituye la Comisión de Titulación
INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL14/15

- Se procede a la aprobación del Informe Anual 2014 /2015 una vez revisados los temas.

ANÁLISIS DE LAS MEJORAS PROPUESTAS

- Se está trabajando la implantación de las mismas

PREPARACIÓN DEL INFORME DE 2015/2016

- Está en proceso de elaboración,

DOCENCIA COMO MECANISMO DE EVALUACIÓN DEL PROFESORADO

- Cómo es el Proceso Docencia
- Resultados Personal Docente del Título
 - Los resultados obtenidos se valoran positivamente.

COORDINACIÓN

- Coordinaciones Horizontales y verticales
- Realizadas las Actas pertinentes

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

TEMAS RELEVANTES ADICIONALES

TRABAJOS FIN DE GRADO

- Asignatura clave del Título,
- Ya están asignados a los Tutores.

PRÁCTICAS EXTERNAS

- Asignatura clave del Título, también
- Todos los tutores de prácticas tienen desde principio de curso disponen de:
 - Guía Docente,
 - Reglamento de Prácticas,
 - Fichas de evaluación del Tutor Académico y Tutor Externo,
 - Modelo de Memoria de Prácticas.

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

Acta 2

Fecha: 03/07/2017. 15:00h / 16:00h

Miembros de Comité (Nombre y Puesto)

Asistentes:

Director: D. Alberto Alcalde,

Coordinador: D. Oscar Herranz,

Profesor 1: D Francisco Javier Zúñiga,

Profesor 2: D^a Cristina Sanz

Delegada: D^a Eva Perisé

Delegada: D Juan Insausti

Personal de Gestión: D^a. Susana Valle

Experto externo: D. Ignacio García Mazón,

Asisten, asimismo, D Segundo Huarte, Director del Área de Grado, , D^a Maruchy de Obesso,

Responsable de Diseño, Seguimiento y Renovación de Títulos y D^a Leticia Aymerich, Unidad Técnica de Seguimiento y Renovación de Títulos

Temas a tratar:

- Aprobación del acta anterior
- Revisión de los trabajos de diseño de actualización del Título.

➤ PARTE INSTITUCIONAL

D. Segundo Huarte, agradece la asistencia y recuerda la importancia de las Comisiones.

Esta es la segunda reunión de este curso. Este es un año clave, ya que a principios del curso 2017/2018 tenemos la Reacreditación de 2 Títulos.

Reitera su agradecimiento y la Comisión continua con la reunión

Se aprueba el acta de la anterior reunión de la Comisión de Titulación celebrada el 17 de enero de 2017 estando todos los miembros de la Comisión de acuerdo con sus contenidos.

Se explica el estado de los trabajos para la Actualización del Plan de Estudios de la Titulación, dicho

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Plan pasará a llamarse Título Superior en Dirección de Marketing Global (TSDMG)

Estatus del proceso llevado a cabo:

- Ya se han cumplido las etapas de escucha activa y diseño de estructura competencial.
- Se afronta ahora el diseño del plan de estudios y actividades formativas.

La Comisión se muestra interesada y destaca la labor minuciosa del trabajo para re-definir las materias de estudio.

No habiendo más asuntos que 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: 04/10/2016

Miembros del Equipo

Directores: Director General y Director del Área

Otros invitados: 16 Tutores Académicos de Grupo

BIENVENIDA DEL DIRECTOR DEL ÁREA DE GRADO

- D. Segundo Huarte agradece la asistencia del Director General y Tutores.
- Da la bienvenida como nuevos Tutores.
- Cede la palabra a Eduardo Gómez.

DIRECTOR GENERAL

D. Eduardo Gómez saluda a los asistentes y agradece la labor desempeñada de todos los profesores como Tutores.

Ideas principales:

- Experiencia del alumno como eje principal. La función del Tutor es realizar un acompañamiento del alumno en su desarrollo personal/profesional.
- El curso 2016/17 es un año de cambios (Compromiso 2020; Alta Dirección;).
- Implantación del modelo de Gestión de Personas (Sistema de Competencias y Evaluación del Desempeño).
- Anima a la formación y a la mejora continua.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

- Seguir trabajando la innovación y la aportación de nuevas ideas.

D. Segundo Huarte abre su intervención recogiendo y agradeciendo las palabras del Director General.

Informaciones varias:

- El Área de Grado presenta muy buenos números en el presente Curso Académico 2016/17, tanto a nivel Nacional como en el Campus Pozuelo.
- Lanzamiento de dos nuevas Titulaciones: GRDB y GRADE en inglés (BBAM), esta última de forma parcial este año.
- Alumnos de 2ª o posteriores matrículas:
Dichos alumnos, realizan evaluación continua.
La evaluación continua se aplica en todas las convocatorias. Es importante transmitir por parte de los Tutores en las reuniones con profesores (Coordinación Horizontal), la necesidad de evidenciar el aprendizaje de los alumnos de 2ª o posteriores matrículas.
- Moodle:
Curso 2016/17: Obligatorio el uso de Moodle. Es imprescindible subir cualquier documento relacionado con la evaluación de la asignatura (documentación, solicitudes de trabajos, trabajos obligatorios, turnitin y plantillas de calificación en la evaluación continua).
- Premios Excelencia:
Este año se celebra la 5ª Edición. En breve se va a proceder a informar a los alumnos, sobre las bases de los premios.
- Acceso al Portal del Tutor:
Está en funcionamiento el portal con la información para el Tutor.
- Unidad Desarrollo Profesional:
Se va a reunir con los alumnos de 1º y 2º para transmitir información genérica, y con los alumnos de 3º, 4º y 5º para informarles sobre las prácticas profesionales en empresa y emprendimiento.
- Reunión Delegados:
Los Tutores deben informar con 15 días de antelación a los Delegados de cada grupo, sobre las próximas reuniones previstas en el 1º semestre. Se facilita el calendario de las mismas.
- Encuestas 1º semestre:
Se realizarán la semana del 14 de noviembre. Se trasladarán instrucciones específicas.
- Visitas a los Grupos de 1º:
El Director del Área de Grado, D. Segundo Huarte, ya ha visitado a todos los grupos del 1º Curso de Grado.
- Contacto Tutor- Padre alumno:
Los Tutores procederán este Curso Académico, en la medida de lo posible, a realizar una comunicación vía email con los padres de los alumnos tutelados; para ello, los Tutores deben

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

recoger las direcciones de correo electrónico de los citados padres. Si no fuera posible, se realizará vía carta.

- **Cursos 0:**
Ya están programados los cursos del 1^{er} semestre
- **Evaluación Continua:**
Es fundamental realizar la planificación temporal de las piezas de evaluación de continua.
- **Reunión Tutor- Profesores:**
Se celebrarán a mediados del semestre.

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.

El Director del Área informa sobre los siguientes puntos:

- D. Segundo Huarte ha hablado con los Directores de Departamento Académico, sobre el grado de exigencia en el aula. Es necesario homogeneizar las siguientes variables:
 - Aplicar normas de evaluación: La misión del Tutor es transmitir al resto de profesores que las normas de evaluación deben ser cumplidas al 100
 - Disciplina en el aula: es misión del profesor imponer la disciplina en el aula.
- Hábitos de Estudio: el equipo de trabajo de este proyecto, está desarrollando nuevas ideas/propuestas para trabajar con los alumnos. Coordinado por D^a. Maite Palomo.

Acciones a realizar:

D. Segundo Huarte realizará un censo de todos los grupos del Área Académica de Grado con incidencias de espacio en el aula, para trasladarlo a Secretaría General.

Los Tutores recogen las direcciones de los padres de alumnos para proceder a contactar con ellos durante el mes en curso.

D. Ramón Arilla, facilitará al resto de Tutores el "email tipo" para enviar a los padres de los alumnos tutelados.

D. Maite Palomo envía al resto de Tutores "plantilla tipo" para proceder a realizar la Coordinación Horizontal entre Tutor-Profesores (Planificación Temporal de las piezas de Evaluación Continua por Grupo).

Una vez finalizadas las intervenciones de todos los asistentes, el Director del Área de Grado da por concluida la reunión, agradeciendo la asistencia y animando a disfrutar del nuevo curso.

Acta 2

Fecha: 31/01/2017

Miembros del Equipo

D. Segundo Huarte (Director del Área de Grado)

D^a Leticia de Aymerich (Responsable de Calidad del Área de Grado)

Tutores: 16 Tutores Académicos de Grupo.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

BIENVENIDA DEL DIRECTOR DEL ÁREA DE GRADO

D. Segundo Huarte, agradece la asistencia a todos los Tutores y da la bienvenida a D^a. Leticia de Aymerich como Unidad de Calidad del Área de Grado.

A continuación comenta los temas que se van a tratar durante la reunión:

- Encuestas de Valoración Docente
- Eventos que se van a desarrollar durante el 2^a Semestre y para los que es fundamental el papel que desarrollan los Tutores en el apoyo de este tipo de actividades.
- Cursos “0”
- Reunión Delegados 2^o Semestre
- Temas varios
 - MEET
 - Sesiones informativas último curso en Inglés (4^o y 5^o curso)
 - Fechas Orientativas actividades mayo/junio y julio
- Portfolio de Productos
- Intervención de los Tutores

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

Aprobación del acta anterior (04.10.2016)

Nuevos temas tratados:

- **Encuestas de Valoración Docente**

Los resultados del 1^o Semestre han sido positivos con una tasa de respuesta representativa

Cursos “0”

En este semestre se realizarán Cursos “0” para las Titulaciones de GRPUB y GRDB.

Con respecto a la asignatura de Contabilidad, hay un cambio en el concepto del curso pasando a ser Curso de Refuerzo.

Experience Master Class

Toma la palabra D. Antonio Martín, como responsable del proyecto.

Ya se ha comunicado a todos los Directores de Departamento así como las directrices que se han marcado para dicho proyecto.

Diferentes MasterClass impartidas por profesionales de alto nivel con el objetivo de transmitir su experiencia y conocimiento a nuestros alumnos.

Reunión Delegados 2^o Semestre

El Director del Área de Grado hace entrega de la planificación de las reuniones con los Delegados del 2^o semestre.

Felicita por el buen hacer por parte de los Tutores en las reuniones del 1^{er} semestre, y anima a llevar a cabo el mismo procedimiento.

Recalca la importancia de la puntualidad y recuerda la duración de las mismas.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Temas Varios

- **MEET**

Se desarrollará el próximo miércoles 15 de marzo. No será día lectivo aunque sí laborable.

Se llevarán a cabo actividades varias, tanto enfocadas al empleo y prácticas como también al emprendimiento. Los Tutores deben animar a los alumnos a asistir

- **Sesiones Informativas**

Para principios de abril están previstas las sesiones informativas dirigidas a aquellos alumnos que en 4º o 5º curso quieran cursarlo en inglés.

- **Fechas Orientativas**

Comentafechas orientativas sobre:

- Cursos de Refuerzo para las 2ª convocatorias
- Jornadas Departamentales
- 3ª y última reunión de Tutores para este Curso Académico.

A continuación, da paso a la intervención de cada Tutor

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

ACCIONES A REALIZAR:

- Dª. Maite Palomo debe hablar con el Director del Departamento Académico de Economía y Finanzas, referente a aquellos alumnos de 3º y 4º curso que han suspendido Contabilidad I y II en GRADE
- Mª Jesús Quiroga debe aportar los datos del número de alumnos matriculados en el grupo de 3º TSDMC por verificar si se excede en número de alumnos en el aula.
- Cristina Marín debe hacer propuesta de fechas para cursos formativos de Excel para Tutores, dado que se ha valorado muy bien el anterior y ha ayudado mucho. Estos cursos se debieran impartir antes de los cursos de verano, se sugiere que se hagan antes.
- Comunicar las fechas de las próximas reuniones con los Delegados, a sus grupos

Una vez finalizadas las intervenciones de todos los asistentes, el Director del Área de Grado da por concluida la reunión, agradeciendo la asistencia a todos los presentes.

Acta 3

Fecha: 12/07/2017

Miembros del Equipo

D. Segundo Huarte (Director del Área de Grado)

Dª Gracia Serrano (Directora de Calidad y Acreditaciones)

Dª. Leticia de Aymerich (Responsable de Calidad del Área de Grado)

Tutores: 12 Tutores Académicos de Grupo

Justifican Ausencia: D. Alberto Alcalde, Dª Ruth Fernández, D. Ramón Arilla y D. Anacleto Iglesias

Bienvenida y agradecimiento por parte del Director del Área de Grado.

Indica el orden de la reunión, trasladando el agradecimiento a Gracia Serrano quien informará del Proyecto Diversidad de ESIC.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Toma la palabra **Gracia Serrano**:

El objetivo es informar a los Tutores de la existencia del Proyecto Diversidad de ESIC y que exista en definitiva diversidad en las aulas.

- El Proyecto Diversidad engloba: Igualdad, Diversidad e Inclusión.
- Habrá un comunicado oficial en septiembre aunque en este curso académico ya se ha trabajado conjuntamente con los Coordinadores de Grado
- Inclusión de un pequeño párrafo en todas Guías Docentes, que declara que el alumno/a con Diversidad funcional y/o NEE podrá solicitar cualquier adaptación a través de la Unidad Técnica de Diversidad
- Fundamental el acompañamiento del Tutor, debe ir muy de la mano con el alumno e importante recordar que es algo voluntario.

Agradece el apoyo por parte de toda la Escuela.

D. Segundo toma la palabra agradeciendo la asistencia e información trasladada por Gracia Serrano, y resalta la importancia de dicho proyecto en el que la Escuela está muy comprometida.

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

Aprobación del acta anterior (29.02.2016)

Matrícula:

Incremento con respecto al año anterior, tanto a nivel Nacional como en el Campus.

Proyecto 5 Culturas:

- Agradecimiento a D^a. Maite Palomo y D. José Manuel Más.
- En Grado se han presentado 38 ideas
- Ahora se va a identificar aquellas que aunque no hayan sido elegidas, se pueden poner en marcha.

ESIC Experience:

- Se ha presentado un total de 25 Iniciativas
 - 6 han sido del Área de Grado.

Plan Investigación:

- Proyectos aprobados: 3 en Pozuelo y 1 en Valencia.
- Unidad Permanente de Investigación, pendiente de resolución (2 profesores de Grado).

URJC:

- Aprobado el BBAM (GRADE en modalidad Inglés).
- Modificación de nº de plazas para el GRDB
- Renovación Acreditación GRMK prevista para el 27, 28 o 29 de septiembre.
- Renovación Acreditación de GRADE prevista para la 1ª semana de octubre.

TSDMC:

- Nuevo Plan de Estudios y nueva metodología en desarrollo.
- Equipo de trabajo compuesto por:

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

- D. Alberto Alcalde quien pilota el proyecto junto con D. Ruth Fernández, D. Julio Alard y D. José Manuel Más.
- La estructura se ha presentado a la Dirección General y ha sido muy bien recibida.

TSDMC:

- Granada empieza a impartir el Título en el curso 2017/2018.

Cursos de Verano:

- Ha habido un incremento de participación con respecto a años anteriores.
- En desarrollo el Informe final de dichos cursos.

Horarios:

- Desde la Secretaría Técnica de Ordenación Académica se están cerrando.
- El objetivo inicial era entregar a la vez primer y segundo semestre.

Master Class:

- Ya es un proyecto definitivo.
- D. Segundo Huarte traslada la palabra a D. Antonio Martín quien lidera el proyecto.
- D. Antonio Martín comenta que va a haber 2 en el primer semestre y 2 en el segundo.
- Las áreas que participan son:
 - Unidad de Desarrollo Profesional (UDP),
 - Dpto de Marketing
 - Área de Grado.
- La diferencia con respecto al año pasado es que se modificará las horas de las master class para así intentar evitar, en la medida de lo posible, que a un mismo profesor le coincida la master class en su horario.
- D. Segundo Huarte traslada que puede ser que algún Campus este año se incorpore en streaming.

Una vez finalizadas las Informaciones generales, D. Segundo Huarte cede la palabra a los Tutores. Intervención de los Tutores para informar sobre las sensaciones y percepciones de sus grupos.

ACCIONES A REALIZAR:

A continuación, declaran las acciones de mejora puestas en marcha, así como las propuestas de mejora para su análisis.

- El contacto con los padres vía email sin necesidad de reunión física, salvo cuando sea imprescindible.
- La presentación/bienvenida a los alumnos de 1º además de en el Acto de Inauguración, y en la visita del Director del Área de Grado, con una iniciativa específica por parte del Director de la Titulación
- El relevo y acompañamiento en la presentación de Tutores de 1º a 2º curso en GRPUB el primer día de curso. Sería una buena práctica a poner en marcha en el resto de Titulaciones, que el Tutor del año anterior acompañe al nuevo Tutor para su presentación a los alumnos.
- En cada grupo, por parte de los profesores del mismo, se debe observar el mismo protocolo de actuación frente a los alumnos

Una vez finalizadas las intervenciones de todos los asistentes, el Director del Área da por concluida la

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

reunión, agradeciendo la asistencia a todos los presentes.

Delegados

Las actas están en el Área Académica de Grado, responsabilidad del Director del Área de Grado.

7.6 Evaluación del Aprendizaje

La Evaluación Continua se ha homogenizado bastante, asumiéndose por todos que se aplica tanto en la 1ª Convocatoria como en la 2ª convocatoria.

- 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

A continuación, se desglosa el detalle de las Tasas de Rendimiento del Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial del Plan 2013

TSDMC 2013	2014-2015	2015-2016	2016-2017	Variación
Tasa de Presentación	74,7%	84,4%	84,2%	-0,2%
Tasa de Superación	76,9%	85,2%	88,5%	3,9%
Tasa de Rendimiento	57,4%	72,6%	75,2%	3,6%

Fuente Secretaria General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Cabe destacar el incremento en las tasas para los alumnos que cursan el Plan 2013, lo que se considera resultados positivos, aunque se sugiere seguimiento de la tasa de rendimiento ya que se encuentra por debajo del 80%

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

7.6.2 Análisis Evaluación del Aprendizaje

Curso 2016/2017 (Plan 2013)

Curso	Semestre	Asignatura	Total Estudiantes matriculados	Total Estudiantes en 1ª matrícula	Total Estudiantes en 2ª o posteriores matrículas
1º	1	Comportamiento del Consumidor	81	58	23
1º	1	Contabilidad I	91	58	33
1º	1	Inglés I	64	55	9
1º	1	Introducción al Marketing	68	58	10
1º	1	Matemáticas para la Empresa I	84	55	29
1º	1	Microeconomía	66	56	10
1º	1	Sistemas Informáticos I	61	57	4
1º	1	Técnicas de Venta	61	57	4
1º	1	Teoría y Estructura de la Comunicación	71	57	14
1º	2	Contabilidad II	84	47	37
1º	2	El Ecosistema Digital	56	47	9
1º	2	Estadística	68	48	20
1º	2	Inglés II	58	46	12
1º	2	Introducción a la Empresa	49	49	0
1º	2	Macroeconomía	74	48	26
1º	2	Pensamiento Social Cristiano	58	47	11
1º	2	Sistemas Informáticos II	52	48	4
1º	2	Tecnologías Multimedia	57	48	9
2º	1	Análisis de Estados Financieros	40	28	12
2º	1	Derecho Empresarial I	49	32	17
2º	1	Dirección de Comunicación	41	30	11
2º	1	Emprendedores	29	27	2
2º	1	Informática aplicada al Marketing	53	28	25
2º	1	Inglés III	37	28	9
2º	1	Investigación de Mercados I	39	30	9
2º	1	Matemáticas para la Empresa II	61	29	32
2º	1	Negociación Comercial	40	27	13
2º	2	Costes para la Toma de Decisiones	51	28	23
2º	2	Derecho Empresarial II	30	28	2
2º	2	Dirección Comercial	28	25	3
2º	2	Inglés IV	33	27	6
2º	2	Investigación de Mercados II	40	26	14
2º	2	Métodos de Previsión de Ventas	42	30	12
2º	2	Modelos para la Toma de Decisiones	44	28	16
2º	2	Organización de Empresas	30	29	1
2º	2	Planificación y Gestión de la Publicidad	38	31	7

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Curso 2016/2017 (Plan 2013)

Curso	Semestre	Asignatura	Total Estudiantes matriculados	Total Estudiantes en 1ª matrícula	Total Estudiantes en 2ª o posteriores matrículas
3º	1	Dirección de Marketing	46	35	11
3º	1	Dirección de Precios	43	35	8
3º	1	Dirección de Producto	39	36	3
3º	1	Distribución Comercial	38	35	3
3º	1	Ética Empresarial	40	36	4
3º	1	Informática aplicada a la Gestión Empresarial	43	33	10
3º	1	Inglés V	38	35	3
3º	1	Marketing Promocional	36	35	1
3º	1	Recursos Humanos	36	36	0
3º	2	Comunicación Digital	34	34	0
3º	2	Decisiones de Inversión y Financiación	47	36	11
3º	2	Dirección de Empresas	36	34	2
3º	2	Dirección de Equipos Comerciales	39	36	3
3º	2	Estrategias de Marketing Digital	37	34	3
3º	2	Marketing Relacional y Directo	41	36	5
3º	2	Plan de Marketing	37	36	1
3º	2	Publicidad Digital	36	35	1
3º	2	Técnicas de Comercio Exterior	36	36	0
4º	1	Dirección Estratégica	86	86	0
4º	1	Dirección Internacional de Marketing	86	86	0
4º	1	E-Commerce	86	86	0
4º	1	Econometría	86	86	0
4º	1	Entorno Económico	85	85	0
4º	1	Gestión Estratégica de Marcas	87	87	0
4º	1	Gestión de la Imagen Corporativa	86	86	0
4º	1	Marketing Sectorial	86	86	0
4º	1	Soluciones de Financiación para Emprendedores	86	86	0
4º	2	Creación de Empresas	85	85	0
4º	2	Digital Marketing Intelligence	83	83	0
4º	2	Digital Marketing Metrics and Analytics	84	84	0
4º	2	Dirección de Operaciones y Tecnología	87	87	0
4º	2	Gestión de Proyectos en Entornos Digitales	83	83	0
4º	2	Modelos de Negociación en el Ámbito Digital	83	83	0
4º	2	Negociación Intercultural	84	84	0
4º	2	Presupuestos y Control de Marketing	85	85	0
4º	2	Simulador de Marketing	85	85	0
4º	2	Tendencias en Marketing Digital	83	83	0
4º	A	Prácticas Externas (4 APTOS)	81	81	0
4º	A	Proyecto Fin de Título	81	81	0

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

7.6.3 Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación)

Curso 2016/2017 (Plan 2013)

Curso	Semestre	Asignatura	Nº de aprobados / Nº de matriculados	Nº de aprobados / Nº de presentados	Nº de presentados / Nº de matriculados
1º	1	Comportamiento del Consumidor	61,73%	83,33%	74,07%
1º	1	Contabilidad I	23,08%	46,67%	49,45%
1º	1	Inglés I	67,19%	86,00%	78,12%
1º	1	Introducción al Marketing	69,12%	87,04%	79,41%
1º	1	Matemáticas para la Empresa I	60,71%	8500,00%	71,43%
1º	1	Microeconomía	48,48%	71,11%	68,18%
1º	1	Sistemas Informáticos I	80,33%	98,00%	81,97%
1º	1	Técnicas de Venta	83,61%	94,44%	88,52%
1º	1	Teoría y Estructura de la Comunicación	74,65%	94,64%	78,87%
1º	2	Contabilidad II	23,81%	46,51%	51,19%
1º	2	El Ecosistema Digital	67,86%	88,37%	76,79%
1º	2	Estadística	42,65%	60,42%	70,59%
1º	2	Inglés II	67,24%	81,25%	82,76%
1º	2	Introducción a la Empresa	73,47%	94,74%	77,55%
1º	2	Macroeconomía	62,16%	82,14%	75,68%
1º	2	Pensamiento Social Cristiano	74,14%	93,48%	79,31%
1º	2	Sistemas Informáticos II	53,85%	75,68%	71,15%
1º	2	Tecnologías Multimedia	57,89%	89,19%	64,91%
2º	1	Análisis de Estados Financieros	57,50%	76,67%	75,00%
2º	1	Derecho Empresarial I	81,63%	88,89%	91,84%
2º	1	Dirección de Comunicación	78,05%	88,89%	87,80%
2º	1	Emprendedores	93,10%	100,00%	93,10%
2º	1	Informática aplicada al Marketing	43,40%	69,70%	62,26%
2º	1	Inglés III	72,97%	84,38%	86,49%
2º	1	Investigación de Mercados I	58,97%	74,19%	79,49%
2º	1	Matemáticas para la Empresa II	39,34%	52,17%	75,41%
2º	1	Negociación Comercial	75,00%	85,71%	87,50%
2º	2	Costes para la Toma de Decisiones	45,10%	58,97%	76,47%
2º	2	Derecho Empresarial II	96,67%	100,00%	96,67%
2º	2	Dirección Comercial	71,43%	83,33%	85,71%
2º	2	Inglés IV	63,64%	77,78%	81,82%
2º	2	Investigación de Mercados II	80,00%	86,49%	92,50%
2º	2	Métodos de Previsión de Ventas	47,62%	62,50%	76,19%
2º	2	Modelos para la Toma de Decisiones	65,91%	90,63%	72,73%
2º	2	Organización de Empresas	96,67%	100,00%	96,67%
2º	2	Planificación y Gestión de la Publicidad	73,68%	87,50%	84,21%

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Curso 2016/2017 (Plan 2013)

Curso	Semestre	Asignatura	Nº de aprobados / Nº de matriculados	Nº de aprobados / Nº de presentados	Nº de presentados / Nº de matriculados
3º	1	Dirección de Marketing	65,22%	68,18%	95,65%
3º	1	Dirección de Precios	48,84%	67,74%	72,09%
3º	1	Dirección de Producto	97,44%	100,00%	97,44%
3º	1	Distribución Comercial	89,47%	94,44%	94,74%
3º	1	Ética Empresarial	92,50%	92,50%	100,00%
3º	1	Informática aplicada a la Gestión Empresarial	76,74%	89,19%	86,05%
3º	1	Inglés V	78,95%	90,91%	86,84%
3º	1	Marketing Promocional	94,44%	100,00%	94,44%
3º	1	Recursos Humanos	97,22%	97,22%	100,00%
3º	2	Comunicación Digital	97,06%	97,06%	100,00%
3º	2	Decisiones de Inversión y Financiación	53,19%	69,44%	76,60%
3º	2	Dirección de Empresas	97,22%	100,00%	97,22%
3º	2	Dirección de Equipos Comerciales	76,92%	76,92%	100,00%
3º	2	Estrategias de Marketing Digital	86,49%	91,43%	94,59%
3º	2	Marketing Relacional y Directo	87,80%	90,00%	97,56%
3º	2	Plan de Marketing	100,00%	100,00%	100,00%
3º	2	Publicidad Digital	94,44%	97,14%	97,22%
3º	2	Técnicas de Comercio Exterior	100,00%	100,00%	100,00%
4º	1	Dirección Estratégica	93,02%	98,77%	94,19%
4º	1	Dirección Internacional de Marketing	93,02%	96,39%	96,51%
4º	1	E-Commerce	91,86%	100,00%	91,86%
4º	1	Econometría	95,35%	100,00%	95,35%
4º	1	Entorno Económico	94,12%	98,77%	95,29%
4º	1	Gestión Estratégica de Marcas	93,10%	96,43%	96,55%
4º	1	Gestión de la Imagen Corporativa	91,86%	95,18%	96,51%
4º	1	Marketing Sectorial	91,86%	96,34%	95,35%
4º	1	Soluciones de Financiación para Emprendedores	96,51%	100,00%	96,51%
4º	2	Creación de Empresas	92,94%	97,53%	95,29%
4º	2	Digital Marketing Intelligence	87,95%	90,12%	97,59%
4º	2	Digital Marketing Metrics and Analytics	94,05%	94,05%	100,00%
4º	2	Dirección de Operaciones y Tecnología	79,31%	89,61%	88,51%
4º	2	Gestión de Proyectos en Entornos Digitales	95,18%	96,34%	98,80%
4º	2	Modelos de Negociación en el Ámbito Digital	96,39%	96,39%	100,00%
4º	2	Negociación Intercultural	91,67%	93,90%	97,62%
4º	2	Presupuestos y Control de Marketing	87,06%	90,24%	96,47%
4º	2	Simulador de Marketing	94,12%	98,77%	95,29%
4º	2	Tendencias en Marketing Digital	85,54%	86,59%	98,80%
4º	A	Prácticas Externas (4 APTOS)	66,92%	100,00%	66,93%
4º	A	Proyecto Fin de Título	34,57%	100,00%	34,57%

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

El 20,0% de las asignaturas que forman el Plan de Estudios (Plan 2013) de la Titulación, tienen tasas de rendimiento por debajo del 60,0%, por lo que se sugiere un seguimiento especial de las mismas durante el curso 2017/2018. Se analizarán con el objetivo de detectar mejoras que reviertan en los resultados de dichas asignaturas.

Cabe destacar que las Tasas de rendimiento de 3^{er} curso y 4^o curso son mejores que en 1^o y 2^o curso, siendo sólo el 20% de las asignaturas cuyas tasas están por debajo del 60% son asignaturas de 3^{er} y 4^o curso.

De ahí que la tasa de Trabajo Fin de Título sea baja puesto que los alumnos deben haber superado las asignaturas de 1^o y 2^o para poder presentar dicho Trabajo.

La mejora codificada 2015.MEMORIA.TSDMC.005 se reformula para el curso 2017/2018, dado que en algunas asignaturas, especialmente Matemáticas los resultados han sido favorables mejorando la Tasa de Rendimiento situándose por encima del 60,0%

Propuestas de Mejoras al Indicador

Mejora: Actualización Plan de estudios del Título

Causa: Mejorar la formación del Alumnado, actualizando el Plan de Estudios, en base a la demanda del Mercado.

Acciones a desarrollar: Modificación del Plan de Estudios

Responsables: Dirección Área de Grado, Dirección de Titulación y Grupo de Trabajo responsable

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación TSDMC

Área de aplicación: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Tiempo de realización: 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.002xxx

Indicador: Grado de Satisfacción con el Título.

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.

Procedencia de la Mejora: Comisión del Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial y Direcciones de Departamentos Académicos.

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2017/2018

Indicador: Tasas de Rendimiento del curso / Tasas de Rendimiento del curso anterior.

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.006xxx

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

7.7 Gestión de sugerencias y reclamaciones

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

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

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

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

7.7.1 Reconocimientos por Titulación (Quejas, Felicitaciones o Sugerencias)

Reconocimientos Área de Grado

		2012/2013	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17
Área Académica	Nº Sugerencias	0	0	0	1	4
	Nº Felicitaciones	0	1	0	1	0
	Nº Quejas	0	0	3	1	2
Área Gestión	Nº Sugerencias	1	3	1	9	3
	Nº Felicitaciones	0	1	0	1	0
	Nº Quejas	1	2	7	15	17
TOTAL	Nº Sugerencias	1	3	1	10	7
	Nº Felicitaciones	0	2	0	2	0
	Nº Quejas	1	2	10	16	19

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Reconocimientos Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

		2016/17
Área Académica	Nº Sugerencias	0
	Nº Felicitaciones	0
	Nº Quejas	0
Área Gestión	Nº Sugerencias	1
	Nº Felicitaciones	0
	Nº Quejas	2
TOTAL	Nº Sugerencias	1
	Nº Felicitaciones	0
	Nº Quejas	2

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

El incremento producido en el número de quejas en el Área de Gestión, es debido a que además se han incluido cuestiones comentadas en las reuniones con los Delegados del Área Universitaria, las cuales han sido gestionadas por la Unidad de Calidad del Área.

Dichas quejas se han producido en su mayoría por el cambio en el Campus Virtual, el cual ha generado

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

alguna incidencia y en las reuniones con los Delegados han sido temas referentes a: limpieza de los baños, conexiones wifi, algún tema puntual de aulas de clase.

En lo referente al Título, cabe destacar que el 100,0% de las cuestiones declaradas son de ámbito del Área de Gestión.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

7.8 Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés

7.8.1 Satisfacción de los Alumnos

Satisfacción con el profesorado

Las Encuestas de Valoración de la Actividad Docente se realizan cada semestre, por Titulación y en todos los Campus.

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

En lo referente al Campus de Pozuelo, la Tasa de respuesta media es del 70%, lo que se considera adecuada.

Con respecto a los resultados obtenidos en la Titulación: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, a continuación, se muestra el detalle de las medias de cada curso en ambos semestres.

TSDMC – 2016/2017	1º Semestre	2º Semestre
1º curso	7,26	7,32
2º curso	7,02	6,9
3º curso	7,72	7,38
4º curso	7,24	6,47

Se sugiere seguimiento en el segundo semestre de 2º y 4º curso debido a que la media se sitúa por debajo de 7.

En lo referente al resto de cursos, se consideran medias adecuadas, destacando en el primer semestre, la media obtenida en 3º curso, la cual se sitúa por encima de 7,5.

Satisfacción con la Titulación

Se realizan encuestas sobre Valoración de la Titulación Intermedia y Final, es decir, a los alumnos de 2º y 4º curso.

En el caso de la encuesta realizada al alumnado de 2º curso, la tasa de respuesta ha sido un 20,0% (7 alumnos sobre 35) lo que se considera insuficiente y por tanto no representativa, aunque ha mejorado frente al curso académico anterior.

En 2016/2017 el índice de respuesta ha sido de 20,0% y 27,4% respectivamente, lo que no se consideran datos representativos. Deben estudiarse aquellos aspectos sobre los que se preguntaron y

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

cuyas desviaciones son superiores a 2,5,

En el caso de 2º curso han contestado 7 alumnos sobre una muestra de 35, por tanto, no es posible sacar conclusiones del grupo encuestado, ya que además todas las variables encuestadas tienen desviaciones típicas superiores a 2,5 lo que indica que las respuestas son dispersas.

En el caso de la encuesta realizada al alumnado de 4º curso, han contestado 23 alumnos sobre una muestra de 84, no se considera tasa representativa por no alcanzar el mínimo establecido, pero ha mejorado frente al curso académico anterior.

Los ítems han sido valorados entre 6,78 y 3,83. Todos ellos tienen desviaciones típicas superiores a 2,5 lo que indica que las respuestas son dispersas.

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

El índice de respuesta de los alumnos no es representativo y se recomienda mejorar los indicadores. Se hará refuerzo mediante recordatorios y con acciones adicionales de apoyo a través de Tutores. Dados los resultados obtenidos en las encuestas se propone la mejora declarada a continuación.

Propuestas de Mejoras al Indicador

Mejora: Actualización Plan de estudios del Título

Causa: Mejorar la formación del Alumnado, actualizando el Plan de Estudios, en base a la demanda del Mercado.

Acciones a desarrollar: Modificación del Plan de Estudios

Responsables: Dirección Área de Grado, Dirección de Titulación y Grupo de Trabajo responsable

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación TSDMC

Área de aplicación: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Tiempo de realización: 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.002xxx

Indicador: Grado de Satisfacción con el Título.

7.8.2 Satisfacción de Egresados

La encuesta se realiza para Egresados del Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, transcurridos 3 años desde su graduación, tal y como se declara en la Política.

La encuesta está compuesta por 4 bloques diferenciados, con el objetivo de conocer la satisfacción de nuestros Egresados/as:

- Perfil del Egresado
- Perfil Profesional
- Formación Recibida
- Satisfacción y Expectativas.

La encuesta se realizó a los Egresados del Título de los siguientes cursos: 2012/2013 y 2013/2014. Una muestra de 65 Egresados los cuales, valoraron tanto el nivel de formación obtenida en ESIC, así como el nivel de utilidad y repercusión en su actual/último empleo. El periodo de encuestación fue durante los meses de julio, agosto y septiembre, haciendo refuerzo durante el último mes. La tasa de respuesta fue del 15,4%, lo que se considera insuficiente y por tanto no representativa, aunque se

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

procede a analizarla.

La media global respecto al nivel de formación obtenida en ESIC fue de 7,3 (14 ítems valorados).

Los aspectos mejor valorados fueron, el Trabajo en Equipo: Capacidad de compromiso con un equipo, hábito de colaboración y trabajo solucionando conflictos que puedan surgir y la Formación Práctica, ambos ítems con medias superiores o iguales a 8,2.

Todos los aspectos valorados han tenido desviaciones típicas por debajo de 2,5, lo que se considera respuestas representativas del grupo encuestado.

La media global del nivel de utilidad y repercusión en el actual/último trabajo fue de 7,4 (14 ítems valorados).

Los aspectos mejor valorados fueron, "Trabajo en Equipo: Capacidad de compromiso con un equipo, hábito de colaboración y trabajo solucionando conflictos que puedan surgir y Expresión oral: saber expresarse con claridad en conversaciones o debates adecuando el estilo del lenguaje al interlocutor y utilizando vocabulario específico y relevante". Todos ellos con media, iguales o superiores, a 8,4.

Se debe hacer seguimiento de aquellas variables cuyas desviaciones típicas hayan superado el índice de 2,5 ya que se considera que las valoraciones por parte de los alumnos han sido dispersas en el 35% de las variables encuestadas.

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

El número de respuestas obtenido no se considera adecuado para obtener conclusiones y detectar mejoras.

Propuestas de Mejoras al Indicador

Mejora: Realización de Encuestas Inserción Laboral que desprendan datos representativos.

Causa: Resultados y tasas de respuesta no representativas de las Encuestas de Inserción Laboral.

Acciones a Desarrollar: Lanzamiento de encuestas de Inserción Laboral a las promociones 2014/2015 y 2015/2016, en cumplimiento de la Política de Inserción Laboral.

Responsables: Unidad de Desarrollo Profesional, Unidad de Calidad del Área de Grado, Dirección Académica.

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Tiempo Realización: 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.003xxx

Indicador: Tasa de respuesta, media y desviación

7.8.3 Satisfacción del Personal Docente

7.8.3.1 Satisfacción del Personal Docente respecto a la Titulación

En el curso 2016/2017 se lanza la **Encuesta de Valoración de la Titulación al Personal Docente** de la misma.

La tasa de respuesta ha sido del 80,33%, lo que supone un incremento del 18,1% con respecto a la participación en dicha encuesta en el curso académico anterior, con unos resultados positivos que variaron entre el 6,27 y el 9,45 sobre 10 y satisfacción media (promedio de los 15 ítems incluidos en el cuestionario) del Claustro de Profesores de la Titulación del 8,4, incrementándose la media en más de

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

un 3,5% con respecto al 2015/2016.

Los aspectos mejor valorados han sido: “realización de las actividades de evaluación previstas, desarrollar todo el temario teórico, si se han desarrollado las Tutorías y si ha sido posible desarrollar las actividades prácticas previstas”, todos ellos con medias iguales o superiores a 8,9 y desviaciones por debajo de 2,5, lo que se considera respuestas representativas del grupo encuestado.

Todos los aspectos sobre los que se preguntaron se dan por representativos al tener desviaciones por debajo del índice 2,5.

Se sugiere seguimiento de aquellos ítems cuya media está por debajo de 7, en este caso sólo se da en el ítem: “¿Le parece que los conocimientos previos del alumno son adecuados para el aprendizaje de la materia?” y cuya desviación está por debajo de 2,5.

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

Resultados del programa	Media	Desv. Típica
¿Ha sido posible desarrollar todo el temario teórico previsto?	8,92	1,74
¿Ha sido posible desarrollar las actividades prácticas previstas?	8,90	1,66
¿Se han desarrollado las tutorías?	8,94	2,09
¿Han asistido la mayoría de los estudiantes regularmente a clase?	7,98	1,74
¿Le parece que los conocimientos previos del alumno son adecuados para el aprendizaje de la materia?	6,27	2,42
Libros de consulta en la Biblioteca o entregados al Alumno	8,63	1,76
Documentaciones accesibles en formato electrónico	8,78	1,50
Servicio de datos fijos (accesibilidad a ordenadores, calidad de los equipos, acceso a red, etc.)	8,61	1,43
Servicios de datos móviles (WIFI) (cobertura, facilidad de conexión, etc.)	8,24	1,68
Aula	8,47	1,75
Salas de Reuniones y/o Despachos	7,71	2,39
¿Ha realizado las actividades de evaluación previstas?	9,45	0,79
¿Cree que el seguimiento docente y/o la evaluación continua han servido para mejorar los resultados de la materia?	8,57	1,61
¿Valore cuantos alumnos se han presentado a la evaluación de la última convocatoria?	8,10	1,83
¿Está satisfecho con los resultados logrados en su materia en la última convocatoria cursada?	8,06	1,74

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

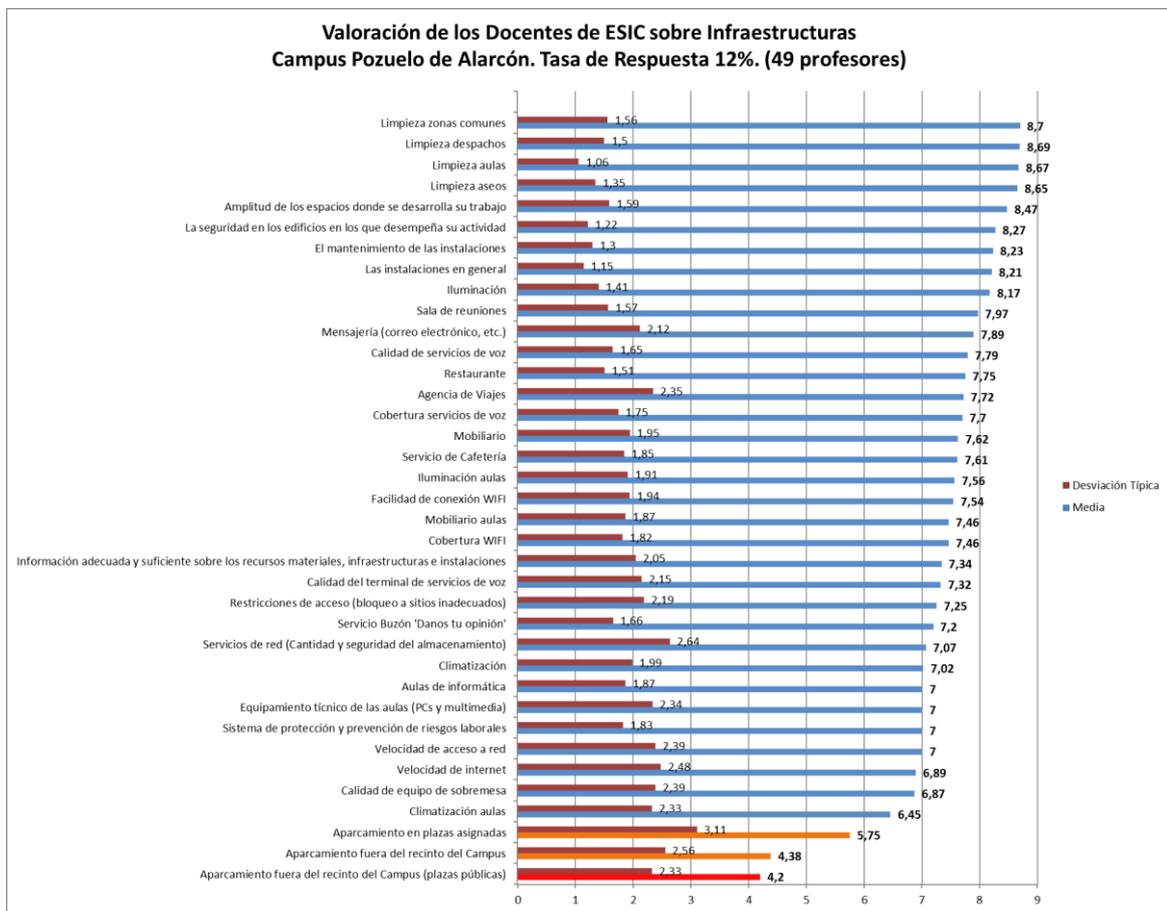
7.8.3.2 Satisfacción de Personal Docente respecto a Infraestructuras e Instalaciones

La última encuesta realizada y por tanto disponible es la que se realizó durante el año 2016, debido a cambios producidos en la organización no se ha realizado dicha encuesta durante el 2017.

Esta encuesta está 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 considera insuficiente y por tanto una tasa no representativa. 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.

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



Análisis de Datos y Conclusiones:

Tal y como muestra el gráfico de los resultados obtenidos en dicha encuesta, los aspectos peor valorados son aquellos referentes a las zonas de aparcamiento, los cuales son complicados de gestionar por el momento, aunque se han puesto en marcha acciones que beneficien al alumnado y Personal de ESIC como ha sido empezar las clases antes para intentar mejorar este aspecto.

Propuestas de Mejoras al Indicador

Mejora: Realización Encuestas al Personal Docente respecto a Infraestructuras e Instalaciones

Causa: No se ha realizado la encuesta al Personal Docente en el 2016/2017, debido a cambios en la Organización.

Acciones a desarrollar: Realización de la encuesta y acciones de refuerzo que mejoren las Tasas de respuesta

Responsables: Secretaría General y Dirección de Calidad y Acreditaciones

Procedencia de la Mejora: Dirección de Calidad y Acreditaciones

Área de aplicación: ESIC

Tiempo de realización: 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.007xxx

Indicador: Análisis de las Tasas de respuesta, media y desviación.

7.8.4 Satisfacción de Personal No Docente

7.8.4.1 Satisfacción del Personal No Docente respecto a la Titulación

En el curso 2016/2017 se lanza la **Encuesta de Valoración de la Titulación al Personal de Administración y Servicios** que aplican a la misma.

La tasa de respuesta ha sido del 57,8%, manteniéndose prácticamente estable con respecto al curso anterior, y se considera una tasa representativa puesto que está por encima del mínimo establecido (50,0%), con unos resultados positivos que variaron entre el 7,27 y el 8,38 sobre 10 y satisfacción media (promedio de los 9 ítems incluidos en el cuestionario) del Personal de Administración y Servicios de la Titulación del 7,86, incrementándose en casi un 2% con respecto al 2015/2016.

Las variables mejor valoradas fueron: "Relación con el profesorado del Título y Acceso a la información sobre aspectos docentes necesaria para atender a los estudiantes (fechas y requisitos de matriculación, aulas, horarios, etc.)", ambas variables con medias superiores a 8,3 y desviaciones por debajo de 2,5, lo que se considera respuestas representativas del grupo encuestado.

Se sugiere hacer seguimiento de aquellos ítems cuyas desviaciones estén por encima de 2,5, los cuales son aquellos relacionados con el personal de administración o de servicios suficiente la gestión administrativa o atender correctamente al alumnado/profesorado, así como la gestión de los procesos administrativos comunes con la Universidad a la que el Título está adscrito y la gestión de los procesos administrativos" Resultados esperados puesto que aunque se encuesta al Personal que aplica al Título hay personas que no aplican a todos los ítems, de ahí que haya desviaciones elevadas.

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

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

	Media	Desv. Típica
Aceso a la información sobre aspectos docentes necesaria para atender a los estudiantes (fechas y requisitos de matriculación, aulas, horarios, etc.)	8,31	2,38
Relación con los estudiantes del título	7,96	2,16
Relación con el profesorado del título	8,38	2,32
Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, de fechas de exámenes, etc.)	8,00	2,97
Gestión de los procesos administrativos comunes con la Universidad a la que el título está adscrito (disponibilidad de las actas, plazo de matriculación, etc.)	7,85	3,07
Recursos materiales y tecnológicos disponibles para prestar servicios al estudiante y/o al profesorado del título	7,69	2,07
Personal de administración suficiente para atender correctamente la gestión administrativa del título	7,27	3,04
Personal de servicios suficiente (Oficina Internacional, Dpto. Prácticas, TIC, etc.) para atender correctamente a estudiantes y/o profesorado del título	7,31	2,59
Nivel de satisfacción general con la gestión de los aspectos académicos-administrativos-servicios del título	7,96	1,80

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los resultados obtenidos se consideran adecuados y acorde al grupo encuestado.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

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

La última encuesta realizada y por tanto disponible es la que se realizó durante el año 2016, debido a cambios producidos en la organización no se ha realizado dicha encuesta durante el 2017.

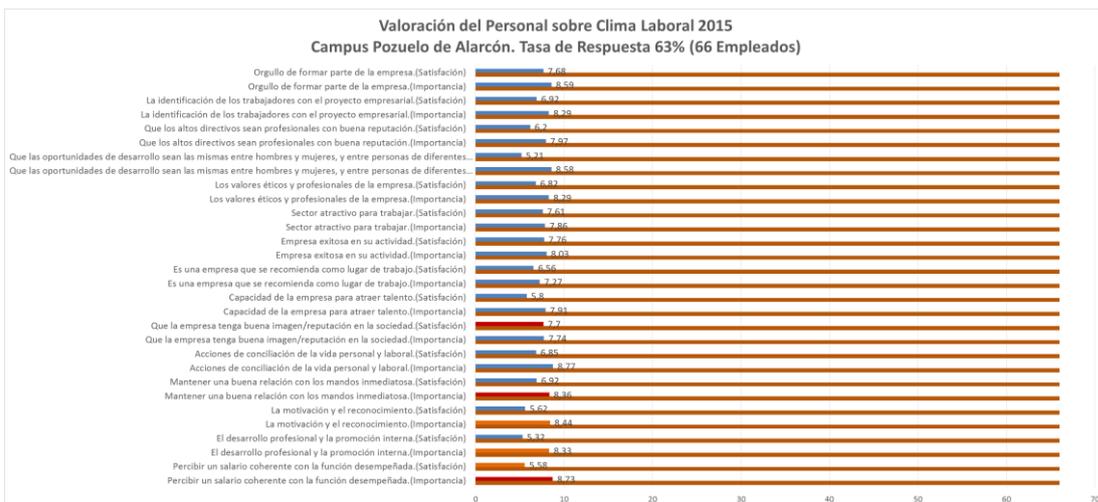
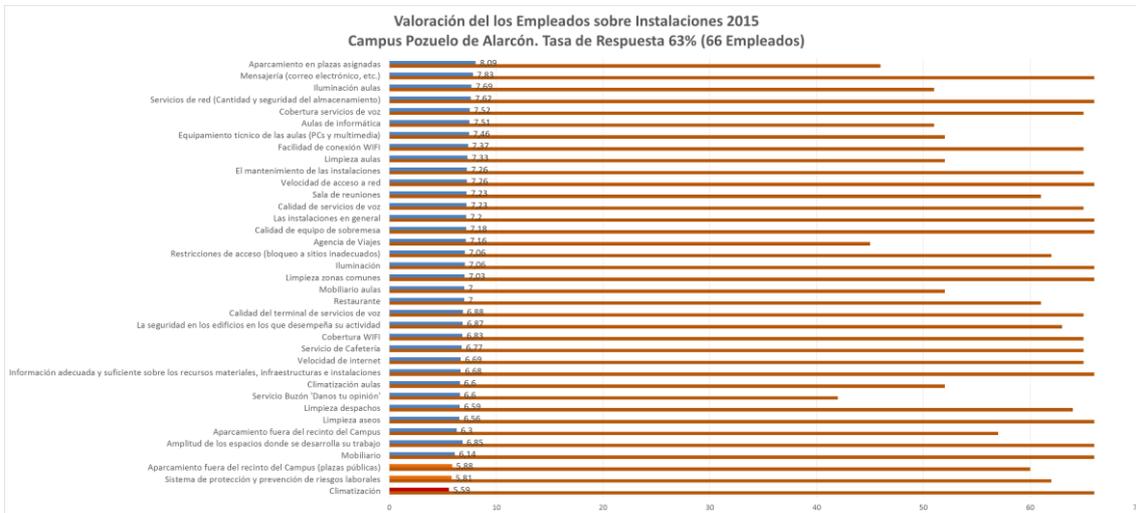
Esta encuesta está dirigida al Personal de Apoyo con el objetivo de valorar las Infraestructuras y Clima Laboral del Campus Pozuelo, cuyo índice de participación fue del 63%, y la satisfacción media (promedio de los 37 ítems incluidos en el cuestionario) respecto a las Infraestructuras se situó sobre 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 2,5, por lo que se 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.

Informe Anual de la Titulación Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial. Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School



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 Mejoras al Indicador

- Mejora:** Realización Encuestas al Personal No Docente respecto a Infraestructuras y Clima Laboral
- Causa:** No se ha realizado la encuesta al Personal Docente en el 2016/2017, debido a cambios en la Organización.
- Acciones a desarrollar:** Realización de la encuesta y acciones de refuerzo que mejoren las Tasas de respuesta
- Responsables:** Secretaría General y Dirección de Calidad y Acreditaciones
- Procedencia de la Mejora:** Dirección de Calidad y Acreditaciones
- Área de aplicación:** ESIC
- Tiempo de realización:** 2018/2019
- Código:** 2017.MEMORIA.TSDMC.008xxx
- Indicador:** Análisis de las Tasas de respuesta, media y desviación.

7.8.5 Satisfacción Agentes Externos

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

7.8.6 Satisfacción Prácticas Profesionales

7.8.6.1 Satisfacción de las Prácticas por parte del Alumnado de la Titulación

Para ESIC es muy importante conocer el grado de satisfacción del alumnado con respecto a las Prácticas en Empresa y es por ello que se puso en marcha en la recogida de datos para su informe y valoración de aspectos relevantes.

Para este curso académico 2016/2017, se ha modificado el momento de encuestar al alumno debido a cambios en la plataforma de envío de estas encuestas de valoración de las Prácticas.

La encuesta está dividida en 6 bloques:

- Información y asignación de los programas de prácticas externas
- Empresa o institución donde se desarrollan las prácticas
- Tutor Académico de ESIC (Prácticas Curriculares).
- Tutor externo
- Formación adquirida
- Valoraciones generales

La tasa de respuesta ha sido de 8,93, es decir 5 alumnos han dado respuesta de una muestra de 56 lo que no se considera representativo y debido al número de respuestas no se pueden sacar

conclusiones que reviertan en la mejora. Identificando, además, respuestas no válidas por parte de 1 usuario.

En dicha encuesta se valoran 36 ítems en escala del 1 a 10 la encuesta. La media global ha sido de 6,78, lo se considera algo baja.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Debido al número de respuestas no se pueden obtener conclusiones válidas. Posiblemente debido al cambio en la plataforma de encuestas de valoración de las Prácticas y por tanto al periodo de encuestación se ha visto perjudicada la Tasa de respuesta. La propuesta declarada en el curso anterior y codificada como 2016.MEMORIA.TSDMC.006 no se ha implantado debidamente debido al cambio declarado anteriormente. Se propone nueva mejora para el curso siguiente, la cual se define a continuación.

Propuestas de Mejoras al Indicador:

Mejora: Realización Encuestas de Valoración de las Prácticas Externas a través de la Plataforma de Prácticas.

Causa: Bajas tasas de respuesta debido a realización de encuestas a través de proveedor externo lo que implica gestión más compleja.

Acciones a desarrollar: Se lanzarán las encuestas 2 semanas antes de la finalización de las prácticas.

Responsables: Unidad de Desarrollo Profesional (UDP), Unidad de Calidad Área de Grado, Dirección Área de Grado.

Procedencia de la Mejora: Unidad de Desarrollo Profesional (UDP)

Área de aplicación: Título Grado en Administración y Dirección de Empresas

Tiempo de realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRADE.009xxx

Indicador: Análisis de las Tasas de respuesta, media y desviación frente al curso académico anterior.

7.8.6.2 Satisfacción de las Prácticas por parte del Tutor Externo

Se ha realizado la Encuesta al Tutor Externo sobre la Valoración de las Prácticas Externas del Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, durante el 2015/16.

La Tasa de Respuesta ha sido del 14,2%, lo que se considera insuficiente y por tanto tasa no representativa, ya que no alcanza el mínimo establecido (50,0%)

Las valoraciones que han dado los Tutores Externos en la encuesta a las preguntas planteadas, han alcanzado medias desde 7,1 hasta 9,0, en una encuesta de valoraciones de 1 a 10. El promedio global de los 14 ítems ha sido de 7,96, lo que se considera resultado positivo.

Los aspectos mejor valorados, con medias superiores a 8,5 han sido: “La adaptación e integración del alumno/s a la empresa / entidad ha sido adecuada, la duración de las prácticas son adecuadas y con desviaciones típicas por debajo de 2, lo que se considera respuestas representativas por parte de los Tutores Externos de Prácticas.

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

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

Pese a no ser datos representativos se desprenden resultados bastante positivos, no situándose ningún ítem por debajo de 7.

Propuestas de Mejoras al Indicador:

Mejora: Realización Encuestas de Valoración de las Prácticas Externas a través de la Plataforma de Prácticas.

Causa: Bajas tasas de respuesta debido a realización de encuestas a través de proveedor externo lo que implica gestión más compleja.

Acciones a desarrollar: Se lanzarán las encuestas 2 semanas antes de la finalización de las prácticas.

Responsables: Unidad de Desarrollo Profesional (UDP), Unidad de Calidad Área de Grado, Dirección Área de Grado.

Procedencia de la Mejora: Unidad de Desarrollo Profesional (UDP)

Área de aplicación: Título Grado en Administración y Dirección de Empresas

Tiempo de realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRADE.009xxx

Indicador: Análisis de las Tasas de respuesta, media y desviación frente al curso académico anterior.

7.8.6.3 Satisfacción de las Prácticas por parte del Tutor Académico

Se realiza una encuesta con el objetivo de conocer el grado de satisfacción con las Prácticas Externas a los Tutores Académico del Título, durante el curso académico 2016 2017.

La Tasa de Respuesta ha sido del 85,7%, lo que supone un incremento de algo más de 2 puntos porcentuales frente al curso académico anterior. Dicha tasase considera elevada y por tanto representativa.

Las valoraciones que han dado los Tutores Académicos en la encuesta a las preguntas planteadas han alcanzado medias desde 6,67, hasta 8,83, en una encuesta de valoraciones de 1 a 10. El promedio global de los 11 ítems ha sido de 8,03, lo que se consideran resultados muy positivos.

Los aspectos mejor valorados, con medias superiores a 8,5, han sido: “la duración de las prácticas ha sido adecuada y el periodo de realización de las prácticas ha sido adecuado” ambos ítems con desviaciones inferiores a 2,5, lo que se considera representativo y homogéneo.

Cabe destacar que el aspecto con media más baja, ha sido referente a la adecuada coordinación con el Tutor Externo (Empresa), resultado esperado dado que la coordinación con dicho Tutor la gestiona en su totalidad el Dpto. de Prácticas de la UDP.

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

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Valoraciones generales de satisfacción	Media	Desv. Típica
La información facilitada para la correcta tutorización de las prácticas	8,50	3,21
La relación entre la formación académica del estudiante y las actividades a desarrollar en las prácticas	7,67	2,88
La adecuada adquisición y desarrollo de competencias profesionales para el estudiante en sus prácticas	7,50	2,88
La duración de las prácticas ha sido adecuada	8,83	1,17
El periodo de realización de las prácticas ha sido adecuado	8,83	1,17
Adecuada coordinación con el tutor externo (empresa)	6,67	2,94
De forma global, exprese su satisfacción con las prácticas realizadas por el alumnado	7,50	2,35
Valore los sistemas de evaluación aplicados (memoria final del alumno, control de asistencia, etc.)	7,83	2,32
	7,92	2,36
De forma global, exprese su grado de satisfacción con el Dpto. de Prácticas de ESIC	Media	Desv. Típica
La información recibida	8,50	2,81
La atención recibida	8,33	3,61
La gestión administrativa	8,17	3,60

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se desprenden resultados muy positivos, situándose sólo un aspecto con media por debajo de 7 respecto a la coordinación con el tutor externo. Dado que el contacto con la Empresa es a través del Departamento de Prácticas, se considera un resultado esperado.

Se hará seguimiento de aquellos ítems cuyas desviaciones superen el índice 2,5.

Propuestas de Mejoras al Indicador:

No procede

7.8.7 Satisfacción Programas de Movilidad

7.8.7.1 Satisfacción Movilidad Incoming

La encuesta se realiza a alumnos/as de programas de movilidad incoming, del Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, para conocer su grado de satisfacción, tanto el primer semestre como en el segundo o aquellos programas anuales, es decir a la finalización del programa de movilidad.

Debido a un problema con la plataforma de encuestas no se dispone de la información. Una vez la tengamos disponible se procederá a analizarla.

7.8.7.1 Satisfacción Movilidad Outgoing

La encuesta se realiza a alumnos/as de programas de movilidad outgoing, del Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial, para conocer su grado de satisfacción, tanto el primer semestre como en el segundo o aquellos programas anuales, es decir a la finalización del programa de movilidad.

En el primer semestre sólo 1 alumno realizó Programa de Movilidad y en el 2º semestre de los 3 alumnos que realizaron alguna estancia internacional ha dado respuesta 1 alumno por lo que no se considera representativo.

Análisis de Datos y Conclusiones:

No se pueden sacar conclusiones de los datos obtenidos debido a la baja tasa de respuesta, no considerando válida las respuestas obtenidas por parte de 1 alumno en el 2º semestre ya que no es representativo del grupo encuestado.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Se propone la siguiente propuesta de mejora

Propuestas de Mejoras al Indicador:

Mejora: Fomentar la movilidad del alumnado de la Titulación

Causa: Escasa movilidad por parte del alumnado

Acciones a Desarrollar: Actividades y Sesiones Informativas, así como fomento por parte de la Oficina Internacional, Tutores y Dirección de Titulación.

Responsables: Dirección de Titulación.

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Tiempo Realización: 2017/2018 – 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.010xxx

Indicador: Número de alumnos del a Titulación que realizan algún Programa de Movilidad frente al curso anterior

7.8.7.2 Satisfacción Movilidad Personal Docente en Programas de Docencia

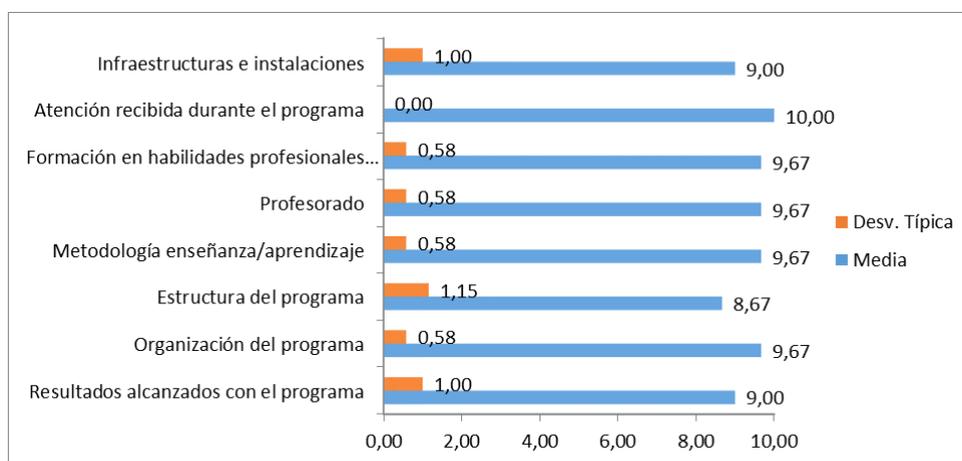
A finales del curso académico 2016/2017 se realiza una encuesta al Personal Docente de la Titulación que han realizado Movilidad en Programas de Docencia.

La Tasa de Respuesta ha sido del 100,0% con unos resultados que están valorados entre 8,67 y 10 (19 ítems valorados) con una media global de 9,66.

Cabe destacar que ningún aspecto ha sido valorado por debajo de 8,5, y con desviaciones todos ellos por debajo de 2,5 por lo que los resultados en líneas generales son muy positivos y homogéneas del grupo encuestado.

La encuesta está dividida en 4 bloques donde se valora: Aspectos Generales, Oficina Internacional de ESIC, Estancia Internacional y Valorar la Atención (trato, disponibilidad, apoyo, etc.).

Con respecto a los Aspectos generales de los 8 ítems valorados, se ha obtenido una media global de 9,42. Oficina Internacional de ESIC se valoran 4 ítems y la media ha sido de 10. Estancia Internacional se valoran 3 aspectos y han obtenido una media de 10. Y el último bloque Valorar la atención, ha obtenido una media global de 9,67.



Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los resultados obtenidos en las encuestas de valoración sobre los Programas de Movilidad en Docencia al Personal Docente de ESIC han sido muy buenos, y se trabajará por mantener dichos datos en los próximos cursos académicos..

Propuestas de Mejoras al Indicador:

No procede

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.

Procedimientos a mejorar detectados en Auditoría Interna de 2013 en el Área de Grado y su grado de implantación durante el curso académico 2014/2015:

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

- Procedimiento de seguimiento con alumnos y profesores

Grado de implantación: Se revisa y articula una normativa de seguimiento a través de actas y de comunicaciones homogeneizada para los títulos

- Procedimiento con Comisiones de Titulación en el Área de Grado

Grado de implantación: Se define, publica y pone en marcha Política de Comisiones de Titulaciones con Anexo y Glosario.

<http://ww.esic.es/pdf/politica-de-comision-academica-de-titulacion-de-esic-ed-2.pdf>

- Procedimiento de compra externa de documentación

Grado de implantación: Se revisa la organización interna para la realización de pedidos de documentación externa a través de Dirección Académica y Biblioteca

A continuación, se presentan los Procedimientos a mejorar, detectados en la Auditoría Interna de 2014, y que fueron revisados en la Auditoría de 2015:

- Procedimiento reconocimientos de Prácticas:

Grado de implantación: Se revisa y se documenta la normativa específica de reconocimiento académico para prácticas externas según normativas de la Universidad.

- Procedimiento de Prácticas Externas:

Grado de implantación: Revisión de los formatos para hacer un seguimiento adecuado por parte del tutor académico del alumno, tutor externo y departamento de prácticas.

A continuación, se presentan los Procedimientos a mejorar, detectados en la Auditoría Interna de 2015 y 2016, y que fueron revisados en la Auditoría de 2016 y 2017:

- Normativa Académica sobre la asistencia:

Grado de implantación: Se revisa y se documenta la normativa en la Guía Académica del Área de Grado.

- Procedimiento de Gestión de Personal Académico:

Grado de implantación: Planificación y programación de las cargas en base a lo establecido en Real Decreto.

- Política de firmas de Personal Docente y Personal No Docente:

Grado de implantación: Se cambia el formato de Firma según establece la Dirección de Marketing y Comunicación.

- Política de conservación de las Piezas de Evaluación:

Grado de implantación: Puesta en marcha de la Política de conservación de las Piezas de Evaluación, aprobada por Secretaría General.

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 Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2016/2017

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

- Portfolio de productos, más amplio y más valorado
- Seguimiento y Renovación de Títulos, como actividad sistemática y recurrente
- Metodología docente e Investigación, como palancas adicionales para mejorar la cualificación y empleabilidad de nuestros alumnos
- Sentido de pertenencia del profesorado, a través de cercanía, desarrollo profesional, reconocimiento y cualificación.

Las mejoras que se han implantado durante 2016/2017 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

Grado de Implantación: Realizado. Se hace a través de los Tutores de Grupo y se registra en la Secretaría del Área.

Mejora: Incrementar el Nº de matriculados en el Título.

Causa: Descenso en el número de alumnos matriculados en el Título de más de un 20%

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 de Admisiones. Área Universitaria. Pozuelo.

Procedencia de la Mejora: Departamento de Admisiones de Grado. Pozuelo

Área de aplicación: Título en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.TSDMC.001

Indicador: Nº de alumnos matriculados en el Título en el curso 2016/2017 / Nº de alumnos matriculados en el Título en el curso 2015/2016

Grado de Implantación: Realizado. Se incrementa el nº de alumnos matriculados en el Título en más de un 50,0%. Se puede ver en el punto 2.3 del presente informe.

Mejora: Incrementar los índices que están a la baja en el apartado Orientación Profesional de la Titulación especialmente en 2º curso.

Causa: Mejorar la percepción del Alumnado sobre actividades de orientación profesional y personal,

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

directivas y de emprendimiento.

Acciones a desarrollar: Incrementar el número de Master Class y visitas de profesionales relacionados con el marketing y/o el emprendimiento.

Responsables: Dirección Área de Grado, Departamento de Carreras Profesionales. Departamentos Académicos.

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación GRADE

Área de aplicación: Título Grado en Administración y Dirección de Empresas

Tiempo de realización: 2016/17

Código: 2016.MEMORIA.TSDMC.002

Indicador: Nº de actividades desarrolladas, Master Class y visitas de Profesionales del Sector.

Grado de Implantación: Realizado. Realizado. Se han desarrollado durante este curso académico 4 master Class, 2 en cada semestre, aunque cabe destacar que, pese a que se han realizado dichas Master Classes, el alumno no lo ha percibido como tal puesto que el ítem que hace referencia a la Orientación Profesional ha sido evaluado por debajo de lo establecido como adecuado.

Mejora: Creación y Desarrollo de un Observatorio de Inserción Laboral.

Causa: Tasas no representativas en las encuestas realizadas a Egresados/as de la Titulación

Acciones a Desarrollar: Observatorio de Inserción Laboral cuyo objetivo es el seguimiento y análisis de los Egresados/as del Título.

Responsables: Departamento de Carreras Profesionales.

Procedencia de la Mejora: Departamento de Carreras Profesionales

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.TSDMC.003

Indicador: Informe de Situación Laboral a través del Observatorio.

Grado de Implantación: Realizado. La Unidad de Desarrollo Profesional (UDP) ha puesto en marcha dicho Observatorio y se ha realizado el primer Informe de Inserción Laboral, analizando la situación laboral de los Egresados del Título a los 6 meses de la finalización de sus estudios.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

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 -2016/2017

Código: 2015.MEMORIA.TSDMC.005

Grado de Implantación: Realizado. Se han desarrollado todos los cursos de apoyo planificados y refuerzo por parte de los Tutores. Se han mejorado las Tasas de Rendimiento, especialmente en Matemáticas, pero se reformula la mejora con nueva codificación.

Mejora: Planificación de las Piezas de Evaluación continua en cada semestre.

Causa: Valoración baja por parte de los alumnos en lo referente a la distribución de los trabajos y exámenes.

Acciones a Desarrollar: Creación de la Planificación Temporal de las Piezas de Evaluación Continua.

Responsables: Tutores de grupo

Procedencia de la Mejora: Reunión de Delegados y Encuestas de Valoración de la Titulación

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.TSDMC.005

Indicador: Media obtenida en la variable "Distribución de los exámenes y Distribución de trabajos" en las encuestas de valoración de la Titulación.

Grado de Implantación: Realizado. Los Tutores de cada grupo han desarrollado la Planificación Temporal de las Pruebas de Evaluación, en base a lo planificado por cada profesor en ambos semestres, con el objetivo de planificar mejora las piezas de evaluación de diferentes asignaturas y así el alumno tenga una visión del semestre desde las primeras semanas del mismo y se pueda organizar, pero el alumno pese a esta planificación no lo ha percibido como debiera y se hará seguimiento de lo detectado en la encuesta.

Mejora: Incrementar la tasa de respuesta de las encuestas

Causa: Tasa de respuesta poco representativa

Acciones a desarrollar: Mail con dos recordatorios.

Responsables: Dirección del Área de Grado y Unidad de Calidad

Procedencia de la Mejora: Unidad de Calidad del Área de Grado

Área de aplicación: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Tiempo de realización: 2016/17

Código: 2016.MEMORIA.TSDMC.006

Indicador: Análisis de las Tasas de respuesta, media y desviación frente al curso académico anterior.

Grado de Implantación: En Proceso. En líneas general se ha mejorado la Tasa de respuesta frente al curso académico anterior. Se está analizando los periodos de encuesta, así como reforzar mediante recordatorios a los usuarios que no han dado respuesta y apoyo a través de los Tutores en caso de los alumnos.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Mejora: Información sobre la valoración de programas de Movilidad outgoing por Titulación.

Causa: La valoración de los alumnos de ESIC en Programas de Movilidad de forma global y no por Titulación.

Acciones a Desarrollar: Generación de bases de datos en base a la Titulación cursada por el alumno en ESIC.

Responsables: Oficina Internacional y Unidad de Calidad.

Procedencia de la Mejora: Unidad de Calidad del Área de Grado

Área de aplicación: Título Grado en Administración y Dirección de Empresas

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.TSDMC.007

Indicador: Análisis de los Resultados Satisfacción del Alumnado ESIC en Programas de Movilidad por Titulación.

Grado de Implantación: Realizado. Durante el curso 2016/2017 se realizan las encuestas a los alumnos de ESIC que han realizado algún programa de movilidad, por Titulación.

Mejora: Información sobre la valoración de programas de Movilidad del Profesorado de la Titulación.

Causa: La valoración del Personal Docente de ESIC en Programas de Movilidad de forma global y no por Titulación.

Acciones a Desarrollar: Generación de bases de datos en base a la Titulación impartida por el profesorado en ESIC.

Responsables: Oficina Internacional y Unidad de Calidad.

Procedencia de la Mejora: Unidad de Calidad del Área de Grado

Área de aplicación: Título Grado en Administración y Dirección de Empresas

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.TSDMC.008

Indicador: Análisis de los Resultados Satisfacción del Profesorado de ESIC en Programas de Movilidad por Titulación.

Grado de Implantación: Realizado. Se crean las Bases de Datos de los alumnos incoming en base a las asignaturas que cursen y en función de la Titulación que aplique, lo que permite un análisis por Título.

9.1.1 Mejoras implantadas en cursos anteriores

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

Grado de Implantación: Realizado. Se puede ver en la página del Título, en el menú Tutorización Académica dentro del menú Atención al Alumno.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

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

Grado de Implantación: En proceso. Se procede a reformular la mejora con código: 2016.MEMORIA.TSDMC.001, en el presente Informe.

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

Grado de Implantación: Realizado. Puesta en marcha de la Política de Coordinación Docente, la cual se puede ver en el siguiente link: <https://www.esic.edu/calidad/pdf/politica-de-coordinacion-asignaturas-modulos-en-grado-y-postgrado-esic-ed-0-firmada.pdf>

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

Grado de Implantación: Realizado.

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

Grado de Implantación: Realizado. Se ha mejorado la tasa de respuesta de la encuesta realizada a los Egresados del Título, aunque se sugiere seguir trabajando en mejorar las tasas de encuestas tal y como se declara en la mejora codificada: 2016.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: 2015/2016

Código: 2015.MEMORIA.TSDMC.007

Grado de Implantación: Realizado. Se pueden ver los resultados en el presente informe.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

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.

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.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

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: Seguimiento resultados exámenes, Reuniones Comité Académico.

Responsables: Comité Académico.

Tiempo Realización: 2014/2015

Código: 2014.MEMORIA.TSDMC.008

Grado de Implantación: Realizado

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

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

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

Además, dentro de cada título también se integra un apartado para el buzón de calidad.

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

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

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

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

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

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

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

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

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

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

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

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

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

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

9.2 Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2017/2018

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

- Colaborar para conseguir un crecimiento global del 10% en el número de nuevos Alumnos en el Área de Grado
- Repensar la Función Académica, focalizando y aportando valor
 - Profesorado
 - Programas
 - Estructura Académica
 - Metodología Docente
 - Investigación
 - Soportes Operativos
- Mejorar la motivación, cualificación y sentido de pertenencia del profesorado
 - Selección nuevos profesores
 - Cualificación/Formación
 - Cercanía/Escucha Activa
 - Desarrollo Profesional
 - Reconocimientos
- Ofrecer Programas que creen valor a los Alumnos y a las Empresas
 - Sistematizar la escucha del mercado
 - Diseño de nuevos Programas
 - Actualización Programas Existentes
 - Puesta en marcha de nuevos cursos de Programas nuevos
- Reforzar la Metodología Docente, la investigación aplicada y los apoyos operativos

Las mejoras que se han propuesto para el curso académico 2017/2018 por Título son:

Mejora: Revisión de los Procedimientos que aplican al Área y a nivel Institucional.

Causa: Cambios en la Organización que requiere una revisión y ordenación de dichos procedimientos.

Acciones a Desarrollar: Puesta en marcha de Proyecto de Mejora del Sistema de Gestión y creación de Grupos de Trabajo por Área.

Responsables: Responsable del Área

Procedencia de la Mejora: Dirección de Calidad y Acreditaciones

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2017/2018

Indicador: Nuevas ediciones de los procedimientos y puesta en marcha de nuevos procedimientos

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.001xxx

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Mejora: Actualización Plan de estudios del Título

Causa: Mejorar la formación del Alumnado, actualizando el Plan de Estudios, en base a la demanda del Mercado.

Acciones a desarrollar: Modificación del Plan de Estudios

Responsables: Dirección Área de Grado, Dirección de Titulación y Grupo de Trabajo responsable

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación TSDMC

Área de aplicación: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Tiempo de realización: 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.002xxx

Indicador: Grado de Satisfacción con el Título.

Mejora: Realización de Encuestas Inserción Laboral que desprendan datos representativos.

Causa: Resultados y tasas de respuesta no representativas de las Encuestas de Inserción Laboral.

Acciones a Desarrollar: Lanzamiento de encuestas de Inserción Laboral a las promociones 2014/2015 y 2015/2016, en cumplimiento de la Política de Inserción Laboral.

Responsables: Unidad de Desarrollo Profesional, Unidad de Calidad del Área de Grado, Dirección Académica.

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Tiempo Realización: 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.003xxx

Indicador: Tasa de respuesta, media y desviación

Mejora: Programa de Fomento y Desarrollo a la Investigación.

Causa: Se detecta la necesidad de mejorar dicha actividad dada la importancia de la misma y con el objetivo consolidar nuestra cercanía con el mundo empresarial, ser un jugador en Marketing y Economía Digital, y apoyar la empleabilidad de nuestros alumnos.

Acciones a Desarrollar: Plan de Investigación Anual.

Responsables: Departamento de Investigación

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Tiempo Realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.004xxx

Indicador: Nº actividades investigadoras con respecto al curso anterior.

Mejora: Incrementar el Nº de Profesores que realizan movilidad a través de los diferentes programas.

Causa: Menos profesores han realizado programas de movilidad durante el curso.

Acciones a Desarrollar:

Responsables: Desarrollo Internacional y Oficina Internacional

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2017/2018

Indicador: Nº de profesores que han realizado movilidad con respecto al año anterior.

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.005xxx

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

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.

Procedencia de la Mejora: Comisión del Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial y Direcciones de Departamentos Académicos.

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2017/2018

Indicador: Tasas de Rendimiento del curso / Tasas de Rendimiento del curso anterior.

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.006xxx

Mejora: Realización Encuestas al Personal Docente respecto a Infraestructuras e Instalaciones

Causa: No se ha realizado la encuesta al Personal Docente en el 2016/2017, debido a cambios en la Organización.

Acciones a desarrollar: Realización de la encuesta y acciones de refuerzo que mejoren las Tasas de respuesta

Responsables: Secretaría General y Dirección de Calidad y Acreditaciones

Procedencia de la Mejora: Dirección de Calidad y Acreditaciones

Área de aplicación: ESIC

Tiempo de realización: 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.007xxx

Indicador: Análisis de las Tasas de respuesta, media y desviación.

Mejora: Realización Encuestas al Personal No Docente respecto a Infraestructuras y Clima Laboral

Causa: No se ha realizado la encuesta al Personal Docente en el 2016/2017, debido a cambios en la Organización.

Acciones a desarrollar: Realización de la encuesta y acciones de refuerzo que mejoren las Tasas de respuesta

Responsables: Secretaría General y Dirección de Calidad y Acreditaciones

Procedencia de la Mejora: Dirección de Calidad y Acreditaciones

Área de aplicación: ESIC

Tiempo de realización: 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.008xxx

Indicador: Análisis de las Tasas de respuesta, media y desviación.

Informe Anual de la Titulación

Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial.

Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Mejora: Realización Encuestas de Valoración de las Prácticas Externas a través de la Plataforma de Prácticas.

Causa: Bajas tasas de respuesta debido a realización de encuestas a través de proveedor externo lo que implica gestión más compleja.

Acciones a desarrollar: Se lanzarán las encuestas 2 semanas antes de la finalización de las prácticas.

Responsables: Unidad de Desarrollo Profesional (UDP), Unidad de Calidad Área de Grado, Dirección Área de Grado.

Procedencia de la Mejora: Unidad de Desarrollo Profesional (UDP)

Área de aplicación: Título Grado en Administración y Dirección de Empresas

Tiempo de realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRADE.009xxx

Indicador: Análisis de las Tasas de respuesta, media y desviación frente al curso académico anterior.

Mejora: Fomentar la movilidad del alumnado de la Titulación

Causa: Escasa movilidad por parte del alumnado

Acciones a Desarrollar: Actividades y Sesiones Informativas, así como fomento por parte de la Ofician Internacional, Tutores y Dirección de Titulación.

Responsables: Dirección de Titulación.

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

Tiempo Realización: 2017/2018 – 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.TSDMC.010xxx

Indicador: Número de alumnos del a Titulación que realizan algún Programa de Movilidad frente al curso anterior

10 CUADRO DE INDICADORES

Por ahora no se ha realizado este cuadro de indicadores para el Título Superior.

Se propone como mejora la puesta en marcha de los Indicadores para el curso 2017/2018