



**ESIC Business & Marketing School**

**INFORME ANUAL DE TITULACIÓN  
Grado Oficial en Marketing (GRMK)  
CURSO ACADÉMICO 2017/2018**

**Comisión de Titulación  
Campus Madrid**

**Fecha Aprobación del Informe  
por parte de la Comisión de Titulación:  
22/05/2019**

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## Contenido del Informe

<b>1</b>	<b>OBJETIVO DEL INFORME</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>PARA LA SOCIEDAD Y EL FUTURO ESTUDIANTE</b>	<b>5</b>
2.1	Información previa a la matrícula	5
2.2	Características del plan de estudios	6
2.3	Justificación del título	6
2.4	Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos	7
2.5	Atribuciones profesionales del título	7
2.6	Competencias que caracterizan el título	7
2.7	Perfil de Ingreso y Egresado	8
2.8	Datos de Matrícula	9
2.8.1	Plazas de nuevo ingreso ofertadas	9
2.8.2	Número de alumnos matriculados y Bajas	9
<b>3</b>	<b>PARA EL ESTUDIANTE</b>	<b>11</b>
3.1	Guías docentes	11
3.2	Planificación temporal del despliegue del plan de estudios	11
3.2.1	Cambios introducidos en el Plan de Estudios (Mejoras implantadas)	11
3.2.2	Grado de cumplimiento	13
3.3	Información relativa a la extinción del plan antiguo	17
3.4	Programas de movilidad	17
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	22
3.8	Proyecto Diversidad	25
3.9	Otros	25
3.9.1	Premios a la Excelencia	25
3.9.2	Seguimiento muy cercano alumnos 1º y 2º Cursos	26
3.9.3	Participación de alumnos en los diferente Concursos y Premios	26
3.9.4	Aula Multimedia	26
<b>4</b>	<b>PROFESORADO</b>	<b>28</b>
4.1	Categoría del Profesorado	28
4.2	Actividad investigadora	29
4.3	Calidad del Profesorado	32
4.4	Programas de Movilidad del Profesorado	33
<b>5</b>	<b>OTROS RECURSOS</b>	<b>35</b>
5.1	Recursos físicos	35
5.2	Recursos humanos (PAS)	36
<b>6</b>	<b>MEMORIA DE ACTIVIDADES</b>	<b>38</b>

**Informe Anual de la Titulación**  
**Grado Oficial en Marketing (GRMK)**  
**Curso Académico 2017/2018**  
**ESIC Business & Marketing School**

<b>6.1</b>	<b>Actividades desarrolladas.....</b>	<b>38</b>
<b>7</b>	<b>GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD EN LA TITULACIÓN.....</b>	<b>39</b>
<b>7.1</b>	<b>Procedimientos (Mapa de Procesos) .....</b>	<b>39</b>
<b>7.2</b>	<b>Políticas/Procedimientos/Manuales .....</b>	<b>40</b>
<b>7.3</b>	<b>Comisión de la Titulación.....</b>	<b>41</b>
<b>7.4</b>	<b>Comité Académico de Grado .....</b>	<b>43</b>
<b>7.5</b>	<b>Reuniones otros equipos .....</b>	<b>43</b>
<b>7.6</b>	<b>Evaluación del Aprendizaje.....</b>	<b>50</b>
7.6.1	Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento .....	50
7.6.2	Análisis Evaluación del Aprendizaje.....	51
7.6.3	Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación) .....	52
7.6.4	Evaluación de las Competencias del Título .....	54
7.6.5	Evaluación de las Competencias a Nivel MECES.....	58
<b>7.7</b>	<b>Gestión de sugerencias y reclamaciones .....</b>	<b>60</b>
7.7.1	Reconocimientos por Titulación (Quejas, Felicitaciones o Sugerencias) .....	60
<b>7.8</b>	<b>Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés.....</b>	<b>61</b>
7.8.1	Satisfacción de los Alumnos.....	61
7.8.2	Satisfacción de Egresados.....	63
7.8.3	Satisfacción de Personal Docente .....	65
7.8.4	Satisfacción de Personal No Docente .....	68
7.8.5	Satisfacción Agentes Externos .....	70
7.8.6	Satisfacción Prácticas Profesionales.....	71
7.8.7	Satisfacción Programas de Movilidad .....	75
<b>8</b>	<b>RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA (PROPIOS Y OFICIALES). GRADO DE IMPLANTACIÓN. ....</b>	<b>78</b>
<b>9</b>	<b>PROPUESTAS DE MEJORA PARA CURSO SIGUIENTE .....</b>	<b>84</b>
<b>9.1</b>	<b>Mejoras implantadas durante el 2018.....</b>	<b>84</b>
<b>9.2</b>	<b>Propuestas de Mejora para el 2019 .....</b>	<b>87</b>
<b>10</b>	<b>CUADRO DE INDICADORES .....</b>	<b>89</b>

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 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>

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## 2 PARA LA SOCIEDAD Y EL FUTURO ESTUDIANTE

### 2.1 Información previa a la matrícula.

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

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=perfil\\_entrada](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=perfil_entrada)

#### Vía de acceso al Primer Curso

MODALIDAD	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18
BACHILLERATO HOMOLOGADO	-	-	-	1.67%	0.92%	-	3.65%
BACHILLERATO LOE SIN PRUEBA							11.68%
FP DE 2º GRADO O MODULO III	9.48%	6.9%	7.09%	2.5%	7.34%	12.3%	5.84%
MAYORES DE 25 AÑOS	-	2.3%	0.79%	-	-	1.64%	-
MAYORES DE 40 AÑOS	-	-	-	-	0.92%	-	-
SELECTIVIDAD, PAU (TODOS LOS TIPOS DE SELECTIVIDAD)	86.21%	86.21%	82.68%	91.67%	82.57%	80.33%	74.45%
TRASLADO	4.31%	4.6%	9.45%	4.17%	8.26%	5.74%	4.38%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

(Nota: Desglose por año académico de referencia)

Fuente Secretaría URJC

#### Nota media de acceso (PAU)

VÍA ACCESO - CONVOCATORIA	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18
SELECTIVIDAD, PAU (TODOS LOS TIPOS DE SELECTIVIDAD) - JUN.	6.72	6.76	7.09	7.45	7.32	7.33	7.82
SELECTIVIDAD, PAU (TODOS LOS TIPOS DE SELECTIVIDAD) - SEP.	6.18	6.03	6.31	6.25	6.46	6.16	6.81

(Nota: Notas medias de admitidos)

Fuente Secretaría URJC

#### Notas de corte oficial (reparto UCM)

CONVOCATORIA	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18
JUNIO	5,0	5	5	5	5	5	5
SEPTIEMBRE	5,2	5	-	-	5	5	5

(Nota: Desglose por año académico de referencia)

Fuente Secretaría URJC

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## 2.2 Características del plan de estudios

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

**Número de matriculados<sup>1</sup> según Plan de Estudios por curso**

	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	Variación
<b>Grado Oficial en Marketing (GRMK)</b>						
1º	230	238	243	227	244	7,49%
2º	204	211	215	213	213	0,00%
3º	163	135	146	171	179	4,68%
4º	96	120	114	135	136	0,74%

Fuente Secretaría General de ESIC

(1) N° de alumnos matriculados, incluidos aquellos alumnos en 1ª matrícula, 2ª matrícula o posteriores.

### Análisis de Datos y Conclusiones:

Continúa la tendencia de alumnos procedentes mayoritariamente de Selectividad, así como se percibe un descenso en el porcentaje de alumnos procedentes de FP. La nota de corte no ha sufrido variaciones, pero la nota media de PAU de los alumnos admitidos sí se ha incrementado levemente.

### 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 grado se ha plasmado en una demanda real y creciente de alumnos desde la implantación de los estudios en empresa en 1953.

**Relación Oferta-Demanda de la Titulación**

	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	Variación
Plazas Ofertadas (A)	50	150	150	150	150	150	150	0,00%
Plazas Demandadas (B)	161	126	214	173	177	188	207	10,11%
<b>Ratio: Relación B/A</b>	3,22	0,84	1,43	1,15	1,18	1,25	1,38	10,40%

Fuente Secretaría General de ESIC

### Análisis de Datos y Conclusiones:

Se percibe un incremento en la demanda de la Titulación con respecto al curso anterior, que supera el 10%. Los resultados se consideran positivos ya que afianzan la tendencia creciente de la demanda en los tres últimos cursos.

### Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## 2.4 Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos

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

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

[https://www.esic.edu/pdf/normativa\\_neconocimiento\\_de\\_creditos.pdf](https://www.esic.edu/pdf/normativa_neconocimiento_de_creditos.pdf)

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica\\_reconocimiento](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica_reconocimiento)

	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	Variación
Nº Traslado de Expedientes*	4	12	5	9	7	6	-14,28%

Fuente Secretaría URJC

\*Se verifican los datos en base a la Memoria Anual de Seguimiento de la URJC 2016/2017

### Análisis de Datos y Conclusiones:

Se mantiene la tendencia decreciente del número de traslado de expedientes de los dos últimos cursos académicos.

### Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

## 2.5 Atribuciones profesionales del título

No procede para el Grado Oficial en Marketing.

## 2.6 Competencias que caracterizan el título

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

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica\\_competencias](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica_competencias)

### Análisis de Datos y Conclusiones:

Siguiendo el criterio de Información y Transparencia, se declaran las competencias que aplican a la Titulación del Grado en Marketing en la web de ESIC.

### Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## 2.7 Perfil de Ingreso y Egresado

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

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

### Perfil de ingreso \*

	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	Variación (con curso anterior)
Alumnos de nuevo ingreso: Mujeres	34.55%	40.96%	40.35%	33.04%	43%	37.39%	39.23%	4,92%
Alumnos de nuevo ingreso: Hombres	65.45%	59.04%	59.65%	66.96%	57%	62.61%	60.77%	-2,94%
Alumnos de nuevo ingreso de fuera de la CAM	15.89%	13.75%	23.89%	13.39%	14.14%	12.73%	17.74%	39,35%
Alumnos de nuevo ingreso: Extranjeros	2.73%	3.61%	0.88%	2.61%	1%	4.35%	4.62%	6,21%
Alumnos de nuevo ingreso matriculados a tiempo completo	100,00%	100,00%	99,12%	99,13%	99,00%	100,00%	100,00%	0,00%

(Nota: Desglose por año académico de referencia)

\* Datos Procedentes de la Matriculación. Fuente Memoria Seguimiento URJC

### Perfil de salida \*

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

A continuación, se anexa la tabla que se reporta a la URJC. Esta información se iniciará al completar la primera cohorte de entrada los 4 años más 1.

### Tabla de Indicadores de perfil de egresado de URJC

		2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	Variación (con curso anterior)
1. DISTRIBUCIÓN DE GRADUADOS POR MODALIDAD		70,0%	66.07%	67.06%	68,60%	2,30%
	TIEMPO COMPLETO	100,0%	98.65%	100,0%	95.18%	-4,82%
	TIEMPO PARCIAL	0,00%	1.35%	0,00%	4.82%	-
2. DISTRIBUCIÓN DE GRADUADOS POR SEXO						
	HOMBRES	48.21%	66.22%	52.63%	56.63%	7,60%
	MUJERES	51.79%	33.78%	47.37%	43.37%	-8,44%
3. DISTRIBUCIÓN DE GRADUADOS POR PAÍS DE PROCEDENCIA						
	ESPAÑA	98.21%	98.65%	100,00%	100,00%	0,00%
	OTRO	1.79%	1.35%	-	-	0,00%
4. DISTRIBUCIÓN DE GRADUADOS POR EDAD						
	19 - 25	94.64%	82.43%	87.72%	91.57%	4,39%
	26 - 29	5.36%	5.41%	10.53%	8.43%	-19,94%
	30 - 39	-	4.05%	1.75%	-	-
	40-45	-	4.05%	-	-	-
	MAYORES DE 46	-	4.05%	-	-	-

(Nota: Desglose por año académico cohorte de entrada)

Fuente Secretaría URJC



# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

Para más información sobre las áreas donde terminan trabajando nuestros alumnos:  
[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=perfil\\_salida](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=perfil_salida)

## **Análisis de Datos y Conclusiones:**

Se desprende resultados positivos en lo referente a las Tasas de Graduación, estando por encima de la Tasa de Graduación estimada en la Memoria verificada del Grado en Marketing (49,73%).

Se aporta los datos referentes a la Cohorte de Entrada 2013/2014, puesto que al haber pasado 4 años completos se dispone de información sobre el porcentaje de alumnos de dicha Cohorte que han finalizado los 240 ects, aunque no sea el cálculo de la Tasa según establece el Protocolo CURSA. Dicha Tasa actualmente ya supera la Tasa de Graduación estimada según la Memoria verificada del Título, lo que cabe esperar que será superior y por tanto el resultado será positivo.

## **Propuestas de Mejora al Indicador**

No procede

## **2.8 Datos de Matrícula**

### **2.8.1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas**

La Titulación ha aumentado el número de plazas ofertadas por ESIC, bajo aprobación de la URJC y por tanto según la Memoria vigente del Título, para dar respuesta a la demanda que anualmente se tiene para la Titulación.

#### **Plazas de nuevo ingreso ofertadas**

	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	Variación
Número de plazas de Nuevo Ingreso ofertadas	50	150	150	150	150	150	150	0,0%
Número de matriculaciones de Nuevo Ingreso	108	82	111	111	99	113	129	14,16%
<b>Tasa de Cobertura: % Matriculados/plazas ofertadas</b>	216,0%	54,7%	74,0%	74,0%	66,0%	75,3%	86,0%	14,21%

(Nota: Desglose por año académico de referencia)

Fuente **Secretaría URJC**

\*Se verifican los datos según Memoria de Seguimiento de URJC, sin contabilizar los traslados.

### **2.8.2 Número de alumnos matriculados y Bajas**

A continuación, se detalla la Tasa de Abandono por Cohorte de Entrada, aportando además el detalle de la Tasa de Abandono Interno y Externo, de los Alumnos del Grado en Marketing.

2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	Variación
25.89%	24.71%	20.66%	12.17%	13.33%	6.03%	-54,76%

(Nota: Desglose por Cohorte de Entrada)

Fuente **Secretaría URJC**

#### **2.8.2.1 Tasas de Abandono Interno**

2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	Variación
8.93%	9.41%	3.31%	1.74%	0%	0%	0,00%

(Nota: Desglose por Cohorte de Entrada)

Fuente **Secretaría URJC**

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

- **Tasa de Abandono Interno:** Relación porcentual entre los estudiantes de una cohorte de entrada *C* matriculados en el título *T* en la Universidad *U* en el curso académico *X*, que no se han matriculado en dicho título *T* en los cursos *X+1* y *X+2* pero sí en otro título de la Universidad *U*, y el número total de estudiantes de tal cohorte de entrada *C* que accedieron al mencionado título *T* el curso académico *X*.

## 2.8.2.2 Tasas de Abandono Externo

2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	Variación
16.96%	15.29%	17.36%	10.43%	13.33%	6.03%	-54,76%

(Nota: Desglose por Cohorte de Entrada)

Fuente Secretaría URJC

- **Tasa de Abandono Externo:** Relación porcentual entre los estudiantes de una cohorte de entrada *C* matriculados en el título *T* en la Universidad *U* en el curso académico *X*, que no se han matriculado en dicho título *T* en los cursos *X+1* y *X+2* ni en ningún otro título de la Universidad *U*, y el número total de estudiantes de tal cohorte de entrada *C* que accedieron al mencionado título *T* el curso académico *X*.

	2011/12	2012/13	2013/14	Variación (con curso anterior)
Tasa de abandono	25.9%	24.7%	20.7%	-16.2%
Distribución de abandonos por sexo				
HOMBRES	62.1%	61.9%	76.0%	-22.8%
MUJERES	37.9%	38.1%	24.0%	-37.0%
Distribución de abandonos por país de procedencia				
ESPAÑA	96.5%	90.5%	100%	-10.5%
OTRO	3.5%	9.5%	-	-
Distribución de abandonos por edad				
19 - 25	82.76%	85.71%	76.0%	-11,3%
26 - 29	10.34%	4.76%	20.0%	320,2%
30 - 39	6.9%	9.52%	-	-
40 - 45	-	-	4.0%	-

(Nota: Desglose por año académico cohorte de entrada)

Fuente Secretaría URJC

\*Se aporta el desglose de las Tasas de Abandono hasta el 2013/14 con el objetivo de cruzar la información con la Tasa de Graduación referente a las mismas Cohortes de Entrada.

### Análisis de Datos y Conclusiones:

Las ratios presentan tendencias favorables ya que se mantiene una buena tasa de cobertura y la tasa de abandono presenta una tendencia decreciente.

Se ha producido un incremento en el número de alumnos de nuevo ingreso frente al curso académico anterior.

### Propuestas de Mejora al Indicador

No procede.

## 3 PARA EL ESTUDIANTE

### 3.1 Guías docentes

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

Existe una única guía por asignatura y titulación, independientemente del número de profesores que la imparten.

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.

Se puede acceder a las guías docentes de las asignaturas en el siguiente enlace:

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica\\_plan](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica_plan)

<https://www.esic.edu/buscador-guias-docentes/?IdP=59>

Durante el curso se ha trabajado la 7ª edición de las Guías Docentes, incorporando un mayor detalle respecto a la ubicación y contacto para las tutorías del profesorado, Atención a la Diversidad Funcional y NEE; asociación de Competencias y cómo serán evaluadas; Resultados de Aprendizaje y Adecuación de la Evaluación Continua a los créditos de las Asignaturas.

#### **Análisis de Datos y Conclusiones:**

Las Guías Docentes al ser el compromiso que adquiere la Escuela con los alumnos, se revisan cada año para cumplir con lo establecido con la Memoria verificada de la Titulación.

#### **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)

A continuación, y según el artículo 28 del Real Decreto 1393/2007, modificado por el Real Decreto 861/2010, por el que se establece el procedimiento para la modificación de planes de estudios ya verificados, el Título presenta las siguientes modificaciones del plan de estudios ya verificado por ANECA en su versión inicial:

- Implantación del grado en los centros ESIC, ESERP, Fuenlabrada, Vicálvaro, Aranjuez y Móstoles.
- Cambio de denominación de las siguientes asignaturas: a) “Historia del Derecho de las Instituciones Comerciales” pasa a “Historia de la Cultura Comercial y Sociedad” y b) “Marketing y Gestión de Calidad” pasa a “Marketing Industrial y de Servicios”.
- Cambio de curso de las asignaturas: a) “Idioma Moderno”, pasa de primer curso a segundo curso y b) “Sociología de la Empresa”, pasa de segundo curso a primer curso.
- Cambio de semestralidad y/o cursos de las asignaturas: a) “Marketing Estratégico”, pasa del primer al segundo semestre de 2º curso, c) “Comportamiento del Consumidor”, pasa de 2º curso 2º semestre a 3º curso 1º semestre.

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

- Modificación del carácter de dos asignaturas: a) “Dirección Estratégica” pasa de optativa a obligatoria en el 2º curso 1º semestre y “Marketing Interno” pasa de obligatoria a optativa en el 4º curso 1º semestre.

Se pueden ver ambas modificaciones aprobadas por ANECA en los siguientes links:

- [Ver modificación 2013](#)
- [Ver modificación 2014](#)

Es a partir del 2015 cuando la Fundación para el Conocimiento madri+d es miembro de pleno derecho de la European Association for Quality Assurance in Higher Education, ENQA, por lo las verificaciones, modificaciones y reacreditaciones de la Comunidad de Madrid las realiza la Fundación para el conocimiento Madri+d.

A continuación, se detallan las modificaciones desde la fecha.

- Se solicita incremento de plazas para el Campus de Madrid (URJC), y se corrigen erratas y se han realizado modificaciones necesarias por normativas. [Ver modificación 2017](#)
- Se solicita la modificación para incluir la modalidad de inglés en el Centro Adscrito ESIC. [Ver modificación mayo 2018](#)
  - Puesto que se publica en junio del 2018, se pone en marcha dicha modalidad a partir del curso académico 2018/2019.

## Mejoras implantadas en el curso académico

En la Reunión de Revisión del Sistema, la Unidad de Calidad presentó el Informe de Auditoría Interna 2018 ante los asistentes. Se comentan los puntos fuertes y débiles del Modelo de Calidad detectados a través de las auditorías.

En el curso 2017/2018 se incorpora la No Conformidad Mayor (NCM), incumplimiento de Normativa externa vigente, además de las ya utilizadas anteriormente, No Conformidades (NC), Observaciones (OBS) y Mejoras (MEJ).

A continuación, se listan las mejoras identificadas en los bloques de procesos de la Cadena de Valor del Área, del Campus y Área y del Título. Dichas mejoras fueron identificadas a través del proceso de auditoría interna durante el curso académico 2017/2018, más concretamente en abril de 2018.

### Área: Grado – Campus: Todos

	NCM	NC	OBS	MEJORAS
Mejoras Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado (PR.2)	0	4	8	1
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Formativo (PR.3)	0	7	25	9
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Complementario (PR.3)	0	1	1	1
Mejoras Procesos de Apoyo-Prestación del servicio (PR 4)	1	2	3	2
<b>Total Mejoras Curso Académico</b>	<b>1</b>	<b>14</b>	<b>41</b>	<b>15</b>

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

**Área: Grado – Campus: Pozuelo**

	NC	OBS	MEJORAS
Mejoras Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado (PR.2)	0	2	1
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Formativo (PR.3)	3	16	8
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Complementario (PR.3)	0	0	1
Mejoras Procesos de Apoyo-Prestación del servicio (PR 4)	0	2	0
<b>Total Mejoras Curso Académico</b>	<b>3</b>	<b>20</b>	<b>10</b>

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

**Título: Grado en Marketing**

	NC	OBS	MEJORAS
Mejoras Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado (PR.2)	0	0	0
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Formativo (PR.3)	0	2	1
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Complementario (PR.3)	0	0	1
<b>Total Mejoras Curso Académico</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

### **Análisis de Datos y Conclusiones:**

Se desprende una evolución positiva en la mejora de los procesos y políticas del sistema de gestión en el Área y Campus.

Aquellas desviaciones detectadas en la auditoría interna son oportunidades de mejora, las cuales serán implantadas y corregidas en el siguiente curso.

En lo referente al Grado en Marketing se identifica que los procedimientos GR.3.30 Documentación y GR.3.60 Formación, Aprendizaje y Evaluación, como oportunidad de mejora.

Además, de seguir mejorando el procedimiento de Gestión de Personal Académico, con el objetivo de cumplir con las ratios establecidas por Real Decreto en el Titulación.

### **Propuestas de Mejora al Indicador**

No procede

### **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 2017 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](#)

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

**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](http://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.ecrmserver.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, Asociaciones, etc.), entre otros.

## **EN PROCESO**

Identificada la necesidad 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 Corporativo y de Negocio de ESIC. Ha sido elaborado el documento que define el nuevo Consejo Asesor y que será revisado y aprobado en Comité de Dirección de ESIC.

- 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: [http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/?s=garantia\\_manual\\_resultados](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/?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>

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

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: CERRADA**

Difusión de las líneas maestras del Plan Estratégico de ESIC haciendo uso de los canales y procedimientos que se ponen en marcha en la NC1 descrita en este informe.

Se publica en la web corporativa de ESIC. Ver en el siguiente link:

<https://www.esic.edu/institucion/transparencia-plan-estrategico/>

- 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 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**

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

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: Último Informe de Seguimiento de Audit 2017 antes de la renovación de la Acreditación, estimada para el último trimestre del 2018**

En el proceso de **auditoría 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.
- 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



### 3.3 Información relativa a la extinción del plan antiguo

No procede al no haber plan antiguo de Marketing.

### 3.4 Programas de movilidad

El área Internacional de ESIC ofrece acuerdos de intercambios académicos a nuestros alumnos del Título con algunas de las universidades más prestigiosas de todo el mundo. El programa ERASMUS+ ofrecen intercambios con países de la UE.

Asimismo, se ofrecen otros programas de movilidad, para los alumnos de cualquier titulación: MUNDE, HORIZON, TERRA, en las que se pueden realizar tanto prácticas en el extranjero, como cursar estudios en gran variedad de países.

SICUE es un programa de movilidad de estudiantes entre las universidades españolas. Este programa permite realizar una estancia de estudios en aquellas universidades españolas con las que se tenga firmado convenio. El proceso de convocatoria, solicitud y concesión se hace por medio de la UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS, de la que ESIC es centro adscrito.

Consultar los diferentes programas internacionales que ESIC pone a disposición de sus alumnos en el siguiente enlace:

<http://www.esic.edu/grado/internacional/official/>

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

#### 3.4.1 Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación

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

ALUMNOS PROGRAMAS MOVILIDAD ESIC				
INDICADOR	2015-2016	2016-2017	2017-2018	Variación
1. Nº DE ESTUDIANTES IN	199	238	251 <sup>(1)</sup>	5,50%
2. Nº DE ESTUDIANTES OUT	98	115	127 <sup>(2)</sup>	11,40%

Fuente Departamento de Internacional ESIC

(1) El 90% de los alumnos IN cursan un semestre en ESIC

(2) El 70% de los alumnos OUT realizan el programa de movilidad durante un curso académico

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 Grado en Marketing, así como alumnos de la Titulación que realizan algún programa de movilidad en el extranjero.

#### ERASMUS

ALUMNOS PROGRAMAS ERASMUS ESIC				
INDICADOR	2015-2016	2016-2017	2017-2018	Variación
1. Nº DE ESTUDIANTES IN	141	178	182	2,20%
2. Nº DE ESTUDIANTES OUT	66	86	91	5,81%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018

## ESIC Business & Marketing School

ALUMNOS PROGRAMAS ERASMUS GRMK				
INDICADOR	2015-2016	2016-2017	2017-2018	Variación
1. Nº DE ESTUDIANTES IN	23	26	17	-34,60%
2. Nº DE ESTUDIANTES OUT	22	22	24	9,09%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

### MUNDE

ALUMNOS PROGRAMAS MUNDE ESIC				
INDICADOR	2015-2016	2016-2017	2017-2018	Variación
1. Nº DE ESTUDIANTES IN	44	33	55	66,70%
2. Nº DE ESTUDIANTES OUT	5	8	7	-12,50%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

ALUMNOS PROGRAMAS MUNDE GRMK				
INDICADOR	2015-2016	2016-2017	2017-2018	Variación
1. Nº DE ESTUDIANTES IN	12	11	6	-45,50%
2. Nº DE ESTUDIANTES OUT	2	2	0	-100,0%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

### HORIZON

ALUMNOS PROGRAMAS HORIZON ESIC			
INDICADOR	2015-16	2016-2017	2017-2018
2. Nº DE ESTUDIANTES OUT	5	5	-

Fuente Oficina Internacional de ESIC

### Total, de Convenios Internacionales de ESIC con otras Universidades

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017-18	Variación
<b>Total de Convenios para el Grado en Marketing</b>	51	59	82	78	80	83	3,75%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

### Análisis de Datos y Conclusiones:

Los datos se consideran buenos, ya que se ha producido un pequeño incremento, pero se continuará el seguimiento con el objetivo de incrementar el flujo de alumnos ESIC que realicen alguna estancia en Universidades extranjeras.

### Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede.

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## 3.5 Orientación Profesional de la Titulación

ESIC recoge las valoraciones sobre la **satisfacción de alumnos 2017/18 a cuestiones de orientación profesional** en su encuesta de satisfacción.

El índice de respuesta, en el caso de 2º curso, ha sido del 53,15% lo que supone un incremento del 44,43% frente a la tasa de respuesta del curso académico 2016/2017. Respecto a 4º curso, la tasa de respuesta ha sido de 33,33%, con respecto al curso anterior se ha mantenido estable.

Las tasas de respuesta de las encuestas realizadas en el curso 2017/2018 no han alcanzado el objetivo de tasa de respuesta el cual es de al menos el 50%, para considerar tasas representativas. Aun así, se procede a aportar los resultados obtenidos en los siguientes ítems relacionados con la percepción del Alumnado sobre de la Orientación profesional del Título

TITULACIÓN Campus: Pozuelo	2º Curso 2014-15	2º Curso 2015-16	2º Curso 2016-17	2º Curso 2017-18	Variación
Despertar inquietudes emprendedoras	7,3	6,6	7,5	7,5	0,0%
Formación en habilidades de desarrollo Humano (valores éticos)	7,1	6,1	7,1	6,8	-4,2%
Formación en habilidades de gestión directivas	7,1	6,6	7,5	7,0	-6,7%
Actividades de orientación profesional y personal	5,8	5,8	6,4	6,3	-1,6%

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

TITULACIÓN Campus: Pozuelo	4º Curso 2014-15	4º Curso 2015-16	4º Curso 2016-17	4º Curso 2017-18	Variación
Despertar inquietudes emprendedoras	6,9	7,1	7,0	7,3	4,3%
Formación en habilidades de desarrollo Humano (valores éticos)	6,2	6,4	6,6	6,9	4,5%
Formación en habilidades de gestión directivas	5,9	7,1	6,9	7,1	2,9%
Actividades de orientación profesional y personal	5,4	6,2	6,0	6,2	3,3%

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

### Análisis de Datos y Conclusiones:

Los datos manifiestan un incremento de las respuestas en relación con la orientación profesional de la Titulación, aunque hay que seguir trabajando para llegar a la ratio del 50%. Por otra parte, la información sobre la percepción del alumnado en actividades directivas y de emprendimiento, reflejan una posibilidad de mejora sobre la que hay que seguir trabajando.

### Propuestas de Mejora al Indicador

No procede.

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## 3.5.1 Ratios de Orientación Profesional por curso en la Titulación

En el área de grado de ESIC, la empleabilidad y el desarrollo profesional y directivo de nuestros alumnos, es un objetivo estratégico en un doble sentido: uno, dotando a los alumnos de todos los conocimientos y herramientas necesarias para que sean más empleables y/o tengan un mejor desarrollo profesional, y otro, ayudándoles y apoyándoles, a través de los departamentos de Prácticas y Salidas Profesionales, para que realicen prácticas en empresas (durante sus estudios) y/o para que encuentren su primer empleo o desarrollen su carrera profesional.

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

	Curso	2016-17 (Ects)	2017-18 (Ects)	%
<b>Grado Oficial en Marketing (GRMK)</b>	1º	18	18	30,0%
	2º	21	21	35,0%
	3º	55,5	55,5	92,5%
	4º	49,5	49,5	82,5%
<b>Total (GRMK)</b>		144	144	60%
<b>Grado Oficial en Marketing y Título Superior en Dirección Comercial</b>	1º	36	36	46,2%
	2º	36	36	48,0%
	3º	58,5	58,5	86,7%
	4º	70,5	70,5	87,0%
<b>Total (GRMK+TSDC)</b>		201	201	66,7%

Fuente Dirección Académica de Grado ESIC

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Según análisis de tendencias de mercado de la Unidad de Desarrollo Profesional, no se ha producido ningún cambio importante y por tanto se mantiene el mismo número de créditos de orientación profesional frente al curso anterior.

#### Propuestas de Mejora al Indicador:

No procede

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## 3.6 Prácticas Profesionales

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

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

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=practiclas\\_externas](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=practiclas_externas)

INDICADOR	2012/2013 <sup>1</sup>	2013/2014	2014/2015	2015/2016	2016/2017	2017/2018
DURACIÓN MEDIA DE LAS PRÁCTICAS (HORAS) <sup>3</sup>	300 <sup>2</sup>	300	300	300	300	300
CALIFICACIÓN MEDIA	9.09	8.87	8.39	8.92	8.91	8.85
Nº DE ESTUDIANTES MATRICULADOS	62	67	95	84	106	100
Nº DE ESTUDIANTES APROBADOS	57	62	80	73	93	90
Nº DE ESTUDIANTES REALIZANDO PRÁCTICAS	52	59	78	70	88	85
Nº DE PLAZAS ASIGNADAS	52	59	78	70	88	85
TASA DE SUPERACIÓN	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
ESTUDIANTES REALIZANDO PRACTICAS / Nº DE ESTUDIANTES MATRICULADOS	84.00%	88.06%	82.11%	83.33%	83.02%	85.00%

(Nota: Desglose por año académico de referencia)

Fuente Departamento de Prácticas ESIC

Fecha de recopilación de los datos: diciembre 2018

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

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

3: La duración media está en torno a las 900, siendo 300 curriculares y el resto extracurriculares.

### Análisis de Datos y Conclusiones:

Las diferentes ratios analizadas son satisfactorias sin variaciones destacables.

### Propuestas de Mejora al Indicador

No procede.

### 3.7 Inserción laboral de los egresados

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:

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=atencion\\_carreras](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=atencion_carreras)

Los nombramientos alcanzados se publican en la **Revista Alumni de ESIC**. Se puede ver en el siguiente link: <https://www.esic.edu/alumni/revista-alumni.php>

A continuación, se aportan los links a las Revistas Alumni publicadas en este 2018.

#### 2018

Número 46: <https://www.esic.edu/alumni/revista/46/index.html>

Número 47: <https://www.esic.edu/alumni/revista/47/index.html>

Número 48: <https://www.esic.edu/alumni/revista/48/index.html>

Número 49: <https://www.esic.edu/alumni/revista/49/index.html>

#### 3.7.1 Ratios de Inserción por Actividades Profesionales

Se realiza la encuesta de Inserción Laboral a los Egresados del Grado en Marketing. La tasa de respuesta de dicha encuesta ha sido de 8,91, por lo que no se considera representativa.

Debido a la baja tasa de respuesta a las encuestas realizadas bajo la Política de Inserción Laboral, en los años 2013, 2014 y 2015 a nivel de titulación, y como complemento a la información se toma como fuente de información los CV en LinkedIn y así obtener un análisis de empleabilidad de los egresados/as de la Titulación, y que engloba:

1. Localización del empleo
2. Empleabilidad (Activo/a, Desempleado/a, Continuando los estudios)
3. Disciplinas que realizan en el empleo
4. Aptitudes

**Universo de estudio:** egresados/as de ESIC en los años académicos

Egresados/as en 2013: 77

Egresados/as en 2014: 77

Egresados/as en 2015: 83

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

**Muestra:** los egresados/as localizados en cada uno de los años de finalización en LinkedIn han sido:

**Egresados/as en 2013:** 58 un 75% del total de egresados/as de esta promoción

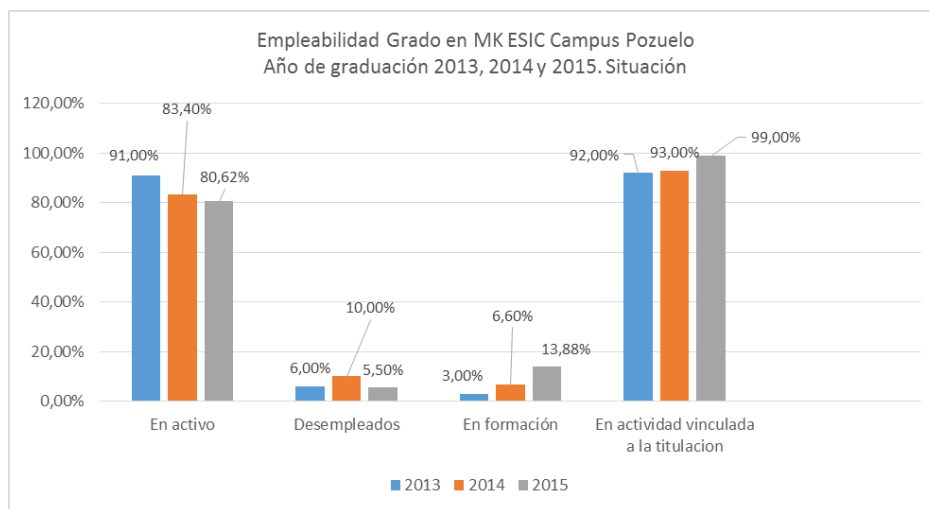
**Egresados/as en 2014:** 60 un 78% del total de egresados/as de esta promoción

**Egresados/as en 2015:** 72 un 87% del total de egresados/as de esta promoción

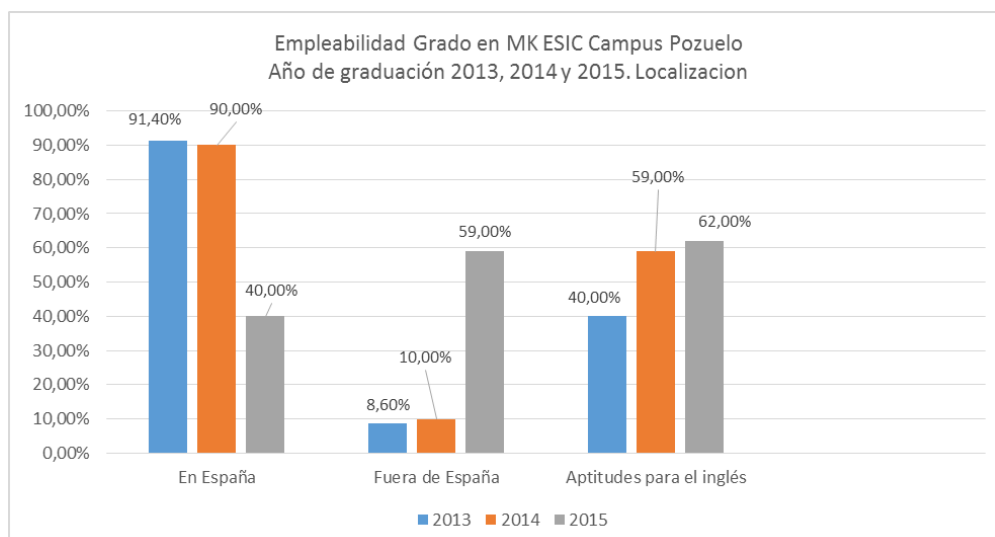
El grado de empleabilidad de las tres promociones se encuentra entre el 80% y de 91%, siendo de mayor a menor empleabilidad de las promociones más antiguas a las más recientes.

El volumen de egresados que continúan estudiando es significativamente superior en la última promoción estudiada, con tendencia creciente.

El grado de actividad laboral vinculada a la Titulación se encuentra en más del 90% en las 3 promociones.

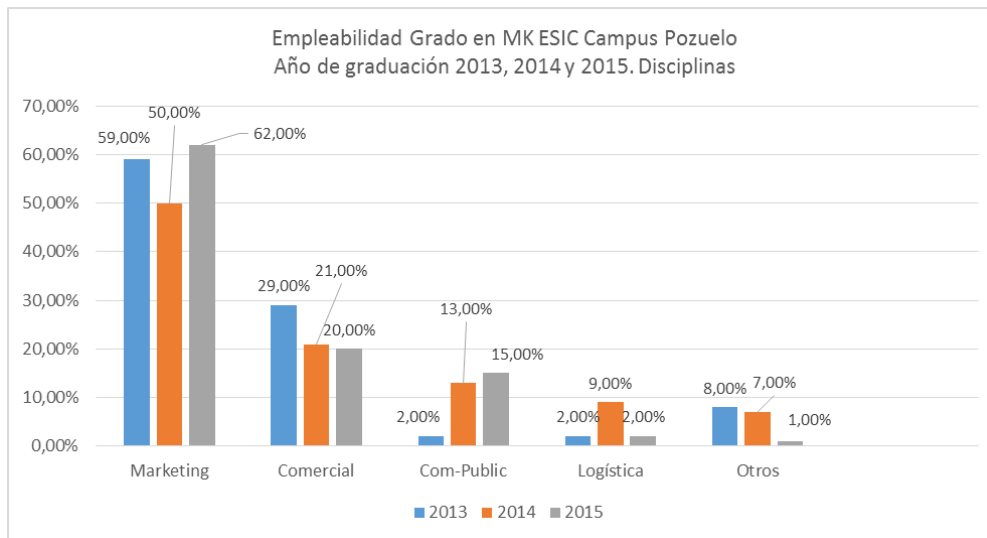


El grado de actividad laboral fuera de España ha sido muy superior en el último año de graduación superando el 50,0%. En lo referente a las aptitudes para el inglés se desprende una mayor preparación y formación en promociones más recientes, clara tendencia creciente.



# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

Del análisis de las áreas funcionales donde trabajan los egresados de las 3 promociones se observa que prácticamente a totalidad de los egresados trabajan en ámbitos laborales vinculados al mundo del marketing en general, menos del 8% trabajan en otros entornos.



Puede verse el Informe de Inserción Laboral, del Grado en Marketing en:

<http://www.esic.edu/pdf/informe-insercion-laboral-grmk-2013-2014-2015.pdf>

## Análisis de Datos y Conclusiones:

Los diferentes indicadores analizados son satisfactorios, evidenciando un buen nivel de inserción laboral de las tres promociones en estudio. A destacar, la práctica totalidad de los egresados trabaja en actividades vinculadas al ámbito del marketing así como creciente tendencia de alumnos que prolongan su formación una vez finalizados los estudios de grado, la localización internacional de los puestos de trabajo y la importancia del inglés.

## 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 Grado en Marketing.

**Tiempo Realización:** 2018/2019

**Código:** 2017.MEMORIA.GMK.003

**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 2017/2018, se entregaron 7 Becas Diversidad de las cuales, el 14,3% de las mismas corresponden a alumnado de la Titulación.

Actividades desarrolladas durante el Curso Académico 2016/2017 en el Grado en Marketing:

- **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.

Se puede consultar más información sobre el Proyecto Diversidad ESIC en el siguiente link:

<http://www.esic.edu/institucion/diversidad/>

### 3.9 Otros

#### 3.9.1 Premios a la Excelencia

Este año se ha celebrado la 6ª 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/>

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## 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:

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=atencion\\_acogida](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?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.

Ver en el siguiente link: [https://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=atencion\\_tutorizacion](https://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=atencion_tutorizacion)

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.

Ver en el siguiente link: [https://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=atencion\\_cursos](https://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=atencion_cursos)

## 3.9.3 Participación de alumnos en los diferente Concursos y Premios

Se ha notado un incremento significativo en la calidad de los trabajos presentados en las diferentes convocatorias.

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

Ver Memoria de ESIC 2017 en el siguiente link:

<https://www.esic.edu/calidad/pdf/memoria-resumen-de-esic-2017-version-espanol.pdf>

En cuanto al Concurso ESICrea, en su 14ª Edición, y siguiendo su vocación de combinar creatividad y conciencia social al servicio de organizaciones humanitarias y actividades sociales.

Este año se ha contado con la participación de la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), con una campaña bajo el Título “Alcohol y Menores”.

La tasa de participación ha sido elevada y el grado de satisfacción por parte de la Directora de Comunicación de la FAD muy positivo.

Se pueden ver los trabajos premiados en el siguiente link:

[http://skills.esic.edu/?page\\_id=592](http://skills.esic.edu/?page_id=592)

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.

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

Durante este curso se ha puesto en marcha el primer bloque (Herramientas gráficas) con una participación de 15 alumnos.

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

<https://esicaulamultimedia.wordpress.com>

## **Prácticas de Alumnado**

Cabe destacar también las prácticas que los estudiantes realizan en este espacio.

Este servicio es el que año tras año crece en demanda. Además de los trabajos habituales solicitados por el profesorado de diferentes asignaturas (Comunicación Multimedia, Lengua y Tecnologías Audiovisuales, Creatividad en el Mensaje Publicitario...) y de los concursos (ESICREA, Emprende con Marca). Este año el Aula ha tenido una dedicación muy importante al desarrollo de la iniciativa de la emisora de radio Monkeys Radio.

Un proyecto que nace de la motivación de profesorado y de estudiantes inquietos y comprometidos que quieren participar en actividades que tengan impacto.

## **Trabajos Profesionales**

Durante el curso, y con la colaboración de alumnos se han trabajado algunos materiales gráficos y audiovisuales para la Escuela:

- Grabación, producción y postproducción (*Listening*) para ESIC IDIOMAS y EDITORIAL para un proyecto del manual de inglés de ESIC.
- Grabación, Edición y sonorización de videos de diferentes profesores
- Grabación, edición, sonorización y sincronización de videos de diferentes autores de libros de la Editorial.
- Diseño de la cartelería para comunicar los cursos del Aula Multimedia.
- Diseño de cartelería para concurso ESICREA 14ª Edición.

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## 4 PROFESORADO

Puede visualizarse el claustro de profesores en el siguiente enlace:

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica\\_plan](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica_plan)

### 4.1 Categoría del Profesorado.

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

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

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica\\_plan](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica_plan)

<b>Perfil Profesorado</b>					
	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	Variación
Total Profesores de la Titulación	48	53	50	59	18,0%
Licenciados/Ingenieros	25	26	19	18	-5,3%
Doctores	23	27	31	41	14,8%
Tasa % Doctores	47,9%	50,9%	62,0%	69,5%	32,2%
Doctores Acreditados	11	11	13	18	38,5%
Tasa % Doctores Acreditados	47,8%	40,7%	41,9%	43,9%	4,8%

Fuente Secretaría General de ESIC

A continuación, se detalla en la tabla el perfil de Personal Docente de la Titulación en el curso académico 2017/2018, en base a su vinculación a ESIC.

		PROFESORES		ECTS IMPARTIDOS	
		Número	% sobre DEDICACIÓN A ESIC	Número	% sobre el título
	<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>69,5%</b>	<b>435,0</b>	<b>69,0%</b>
<b>Full Time</b>	<b>Licenciado</b>	14	34,1%	108,4	24,9%
	<b>Doctor *</b>	27	65,9%	326,6	75,1%
	<b>Acreditado</b>	15	55,6%	144,0	44,1%
	<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>30,5%</b>	<b>195</b>	<b>31,0%</b>
<b>Part Time</b>	<b>Licenciado</b>	4	22,2%	51,0	26,2%
	<b>Doctor *</b>	14	77,8%	144,0	73,8%
	<b>Acreditado</b>	3	21,4%	27	18,8%
	<b>Total</b>	<b>59</b>	<b>100,0%</b>	<b>630,0</b>	<b>100,0%</b>
<b>Total</b>	<b>Licenciado</b>	18	30,5%	159,4	25,3%
	<b>Doctor *</b>	41	69,5%	470,6	74,7%
	<b>Acreditado</b>	18	43,9%	171	36,3%

\* DOCTOR es la suma de Doctor y Doctor Acreditado

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## **Análisis de Datos y Conclusiones:**

Se han incrementado de manera progresiva el número de Doctores en los últimos años, en base al cumplimiento del RD 420/2015, artículo 7, donde se declara que *“el personal dedicado a actividades docentes e investigadoras estará compuesto como mínimo: Un cincuenta por ciento de doctores para el conjunto de enseñanzas correspondientes a la obtención de un Título de Grado”*.

En lo referente al número de Doctores Acreditados, cabe destacar el incremento con respecto al 2014/2015, superando el 60%, aunque se hará seguimiento con el objetivo de mejorar dicha ratio.

## **Propuestas de Mejoras al Indicador**

**Mejora:** Incrementar el número de Doctores Acreditados en la titulación

**Causa:** Bajas ratios de profesorado acreditado

**Acciones a Desarrollar:** Plan de acreditación

**Responsables:** Decanato, Departamento de Investigación, Dirección de Titulación.

**Procedencia de la Mejora:** Comisión de Titulación

**Área de aplicación:** Título Grado en Marketing.

**Tiempo Realización:** 2018/2019 - 2019/2020

**Código:** 2018.MEMORIA.GRMK.001

**Indicador:** Número de profesores acreditados.

## **4.2 Actividad investigadora**

Se podrá ver mayor detalle de la investigación del año en la Memoria de Investigación, publicada en la web corporativa de ESIC y que se puede ver en el siguiente link:

[https://www.esic.edu/investigacion\\_esic.php?lang=E&s=sec50](https://www.esic.edu/investigacion_esic.php?lang=E&s=sec50)

Se declaran los datos aportados en las siguientes tablas en base a lo declarado en la Memoria de Investigación del 2018. Dado que es una nueva estructura, será a partir del curso 2018/2019 cuando se pueda ver la evolución de la Actividad Investigadora de ESIC, así como del Personal Docente del Título.

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

En la tabla que se muestra, se puede ver la Actividad Investigadora durante el 2018, a nivel nacional.

<b>ACTIVIDAD INVESTIGADORA</b>				<b>390</b>
<b>1 Contribución al conocimiento</b>				<b>286</b>
a. Publicaciones en revistas con revisión por pares				58
a.1 JCR, SCOPUS				27
a.2 Otras indexaciones				31
b. Revisión de papers en revistas				26
c. Membrecías en comités de dirección, científicos o consejos de redacción en revistas científicas				16
d. Editor/a				4
e. Tesis doctorales				21
e.1 Leídas y aprobadas (por profesores de ESIC)				6
e.2 En curso				7
e.3 Dirección de tesis doctorales				4
e.4 Membrecías en tribunales de tesis doctorales				4
f. Libros de investigación				3
g. Capítulo de libro, prólogo.				26
h. Congresos con revisión por pares				113
h.1 Comunicaciones				93
h.2 Revisión, coordinación, gestión...				20
i. Movilidad internacional e intercambio de investigadores				8
j. Producción de audiovisuales, MOOC...				11
<b>2 Contribución a la práctica empresarial</b>				<b>45</b>
a. Casos con teaching note en revistas con revisión por pares				3
b. Casos en Bases de datos (Case Center y otras)				4
c. Artículos en revistas orientadas a la práctica				6
d. Libros profesionales				7
e. Conferencias profesionales				25
<b>3 Contribución a la sociedad</b>				<b>17</b>
a. Proyectos de investigación promovidos y financiados por ESIC				11
b. Proyectos de investigación nacionales y/o internacionales externos				5
c. Informes a Organismos Públicos, Asociaciones empresariales, patronales, confederaciones...				1
<b>4 Innovación docente</b>				<b>21</b>
a. Proyectos de innovación docente				15
b. Artículos de desarrollo pedagógico e innovación				6

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

<b>5. Investigación proactiva. Proyectos.</b>	<b>11</b>
<b>6. Proyectos ESIC.</b>	<b>7</b>
7. Premios	1
8. Otros	2

A continuación, se detalla la Actividad Investigadora del Personal Docente que ha impartido docencia en el Grado en Marketing durante el curso 2017/2018.

	<b>2017/2018</b>
<b>1. Contribución al conocimiento</b>	<b>93</b>
a. Publicaciones en revistas con revisión por pares	
a.1 JCR, SCOPUS	9
a.2 Otras indexaciones	15
e. Tesis doctorales	
e.1 Leídas y aprobadas (por profesores de ESIC)	-
h. Congresos con revisión por pares	
h.1 Comunicaciones	51
h.2 Revisión, coordinación, gestión...	18
<b>2. Contribución a la práctica empresarial</b>	<b>20</b>
<b>3. Contribución a la sociedad</b>	<b>10</b>
<b>4. Innovación docente</b>	<b>9</b>
<b>Total</b>	<b>132</b>

\* Fuente Dpto. de Investigación de ESIC

### **Análisis de Datos y Conclusiones:**

Cabe destacar que el detalle de la Investigación del Personal Docente del Título corresponde a 19 docentes de un total de 59 que han impartido docencia durante el curso 2017/2018, por lo que los resultados se consideran acordes al número de profesores del Título.

La mejora declarada en el curso 2016/2017 y con código 2017.MEMORIA.GRMK.004, se recodifica ya que debido a cambios en la Memoria de Investigación 2018 no es posible verificar si la actividad investigadora del Personal Docente del Título ha mejorado frente al curso anterior, por lo que se vuelve a declarar con el objetivo de ver la evolución y mejora de dicha actividad entre el Profesorado del Grado.

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## 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 Grado en Marketing

**Tiempo Realización:** 2019

**Código:** 2018.MEMORIA.GRMK.002

**Indicador:** Nº actividades investigadoras con respecto al curso anterior.

## 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



# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

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. Ésta última finalizada en 2017.

Datos Globales ESIC	Convocatoria 2014 <sup>1</sup>		Convocatoria 2015		Convocatoria 2016	
	Categoría	Número de profesores	Porcentaje	Número de profesores	Porcentaje	Número de profesores
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%
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>	<b>42</b>	<b>100%</b>

Del total de profesorado del Grado en Marketing, un 69,5% ha pasado el proceso Docencia durante las 3 convocatorias, es decir 41 docentes del total para este curso 2017/2018.

Las valoraciones obtenidas han sido muy positivas. Más del 66% del profesorado del Grado en Marketing, ha obtenido valoración de **NOTABLE** y el 17,1% ha obtenido valoraciones de **EXCELENTE**, es decir, el 83% del profesorado del Título ha sido valorado con Notable y Excelente, lo que se considera resultados muy positivos.

El proceso Docencia, actualmente está en revisión, por lo que no se ha convocado para el 2018.

El informe completo puede verse en la web de ESIC:

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

## 4.4 Programas de Movilidad del Profesorado

En el curso 2017/2018 se presentaron 7 solicitudes para el programa de movilidad docente.

	2013-14	2014-15	2015-16	2016-2017	2017-18	Variación
Profesores con acuerdos ERASMUS docencia	4	2	7	5	7	40,0%

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)

Destacar que, de los 7 profesores en Programas de Movilidad en el curso académico 2017/2018, 5 han impartido docencia en el Grado en Marketing, lo que implica un 71,4% del total de profesores que se han acogido a este programa.

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## **Análisis de Datos y Conclusiones:**

Se destaca la iniciativa de movilidad internacional por parte del profesorado de la titulación, y aunque la tendencia es creciente, es necesario continuar buscando fórmulas que permitan compatibilizar dichas estancias con los periodos docentes con el objetivo de seguir incrementando el número de profesores.

## **Propuestas de Mejoras al Indicador**

**Mejora:** Incrementar el Nº de Profesores del Título que realizan alguna estancia internacional a través de ERASMUS+

**Causa:** Seguir mejorando el ratio de profesorado del Título que realiza alguna estancia internacional.

**Acciones a Desarrollar:**

**Responsables:** Desarrollo Internacional y Oficina Internacional

**Procedencia de la Mejora:** Comisión de Titulación

**Área de aplicación:** Grado en Marketing

**Tiempo Realización:** 2018/2019

**Indicador:** Nº de profesores del Título que han realizado movilidad.

**Código:** 2018.MEMORIA.GRMK.003

## **5 OTROS RECURSOS**

### **5.1 Recursos físicos**

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

Algunos recursos con los que cuenta este Área son:

- 39 aulas de formación con superficie aproximada de 2.200 metros cuadrados. (Todas las aulas están dotadas de equipos audiovisuales con cañón de proyección, atril, DVD, sonido y pantalla retráctil, ordenador, y conexión a Internet.
- 5 aulas de informática con 200 ordenadores completamente equipados tanto de hardware como de software (Entorno Microsoft, Programas específicos de diseño gráfico, estadístico y profesional).
- 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
- 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 Grado en Marketing, además de las instalaciones comunes, han usado este curso 2017/2018, 12 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.

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

Las mejoras realizadas sobre las Instalaciones del Campus durante el 2018 han sido:

En el Edificio central del Campus de Pozuelo (Área Universitaria)

- Rehabilitación y Pintura
  - 3 Escaleras, así como los 2 halls en la escalera B, los correspondientes a la planta baja y 2ª planta.
  - Los despachos de ESIC Idiomas.
- Seguridad:
  - Se instalaron Cámaras en los accesos de la Biblioteca.
- Restauración
  - Maquinas Vending
  - Cafetería se remodela
- Informática:
  - Se cambian todos los ordenadores de la Sala de Profesorado de la 3ª planta.
  - Todos los ordenadores del Personal

Además, ESIC pone a disposición del alumno:

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

## 5.2 Recursos humanos (PAS)

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

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

Los Tutores Académicos de Grupo declarados por cada curso en el Grado en Marketing, 4 tutores se pueden ver en el siguiente link: [http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=atencion\\_tutorizacion](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=atencion_tutorizacion)

Los cambios relacionados con el Personal Directivo decididos durante el curso académico 2017/2018 han sido:

- Oliver Carrero: Director del Departamento Académico de Comunicación y Publicidad
- Susana Fernández Lores: Editora aDResearch ESIC (octubre 2017)
- Vicente Ferrero: Director Académico Zaragoza (junio 2018)
- Inmaculada Ruiz: Coordinadora Académica Málaga (junio 2018)
- Ángel Garrigós: Director de la Unidad de Desarrollo Profesional en Valencia.

A su vez, a principios de julio de 2018, se produjeron ciertos cambios en la estructura organizativa del Área Universitaria, que también implicaron nombramientos.

Se detalla a continuación, como queda la estructura organizativa definitiva:

- Comité Ejecutivo Área Universitaria
  - José Manuel Mas: Director Académico (nuevo nombramiento)
  - Maruchy de Obesso: Directora de Calidad Académica (nuevo nombramiento)
  - Abel Monfort: Director de Investigación (nuevo nombramiento)
  - Alberto Alcalde: Director de Innovación Docente (nuevo nombramiento)
  - Andrés Gómez: Director de Internacional (nuevo nombramiento)
  - Segundo Huarte: Decano

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Marketing

### (GRMK) Curso Académico 2017/2018

# ESIC Business & Marketing School

- Consejo Académico Área Universitaria
  - Formado por el Comité Ejecutivo del Área y los Directores de Departamentos Académicos, los Directores de Titulación (Madrid) y los Responsables Académicos de Campus
- Departamentos Académicos
  - Dirección de Marketing: José Manuel Ponzoa (nuevo nombramiento)
    - Coordinadora: Ruth Fernández
  - Dirección de Empresas: Abel Monfort
    - Coordinadora: Eva Beltrán (nuevo nombramiento)
  - Economía y Finanzas: Javier Oñaderra
  - Comunicación y Publicidad: Oliver Carrero
  - Humanidades y Derecho: Esther Valbuena
  - Investigación de Mercados y Métodos Cuantitativos: M<sup>a</sup> Jesús Merino
  - Informática y Nuevas Tecnologías: Cristina Marín
  - Idiomas: Tina Godhwani
  - TFG's: Enrique Zorita
    - Coordinador: Carlos Queypo de Llano (nuevo nombramiento)
- Responsables Académicos de Campus
  - Valencia
    - Director Grado: Vicente Fuerte
    - Coordinadores: Marcos Pascual y Myriam Martí
  - Barcelona
    - Directora Campus Universitario: Gemma Tarragó
    - Coordinadora: Laia Muñoz
  - Zaragoza
    - Director Académico: Vicente Ferrero (nuevo nombramiento)
    - Coordinadora: Cristina Merle
  - Sevilla
    - Coordinadora Académica: María Espinosa
  - Navarra
    - Coordinadora Académica: Edurne Herrero
  - Málaga
    - Coordinadora Académica: Inmaculada Ruiz (nuevo nombramiento)
  - Granada
    - Director de Grado: Alejandro Melgarejo

## 6 MEMORIA DE ACTIVIDADES

### 6.1 Actividades desarrolladas

- Los aspectos más relevantes están sintetizados en el Informe de Seguimiento del Compromiso 2020, el cual está en el Área, responsabilidad del Decanato.
- Los detalles y las fechas concretas pueden verse en las 12 Actas del Comité Académico del Área, responsabilidad también del Decanato.

#### Actividades Recurrentes

- Participación en las reuniones habituales del Comité de Dirección, Comité Ejecutivo, Comité de Calidad, Comité de Investigación.
- Participación en la elaboración de la Guía Académica 2018/2019
- Claustro de Profesores, e Inauguración de Cursos
- Reuniones mensuales del Comité Académico de Grado
- Reuniones de profesores por Departamentos: Dos al año y una coincidiendo con las visitas de los Directores de Departamento
- Reuniones con Delegados: Dos al año (primera ronda, en Noviembre/Diciembre y la segunda en Abril /Mayo).
- Reuniones con Tutores de grupos
- Cursos de verano/ Jornadas Departamentales. Todos los Departamento Académicos han celebrado la Jornada Anual.
- Visitas a Campus
- Programación Académica de Pozuelo
- 6ª edición Premios Excelencia
- Premios/ Concursos/ Participación:
  - CAREM (Plan de Marketing)
  - Creación de Empresas
  - Mejor iniciativa emprendedora de TFG's
  - ESIC CREA
  - NIELSEN Investigación de Mercados
  - ESIC Marketing Predator
  - ESIC Emprende con Marca
  - The Pearson Marketing Challenge
  - Telepizza Experience Lab
- Cursos 0 en Matemáticas y Contabilidad
- Sesiones informativas para grupos en inglés (marzo), programa de continuidad (4+1)
- Cursos de refuerzo entre convocatorias
- Movilidad internacional alumnado
- Movilidad internacional profesorado
- Cursos de verano en China: SWUFE-Chengdu. 20 plazas para alumnado

#### Actividades Singulares

- IMAT 2018 (Valencia)
- Ranking U-Multirank 2018: 2ª vez que Grado aparece en un ranking internacional universitario (mejorando posiciones sobre el año pasado)

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

- Manual de citación APA
- Manual de metodologías docentes
- ESIC Centro Acreditado Evaluador normas MIFID (CNMV)
- PSHM/ Aula Multimedia (Madrid)
- Masterclass Experience (3 rondas durante el curso)
- Pozuelo
  - ESIC Monkeys Radio
  - Web zalathum.com
  - ESIC Talent (skills.esic.edu)
  - Quanty Lab
  - My lab (Pearson)

## 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.

[https://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=garantia\\_manual\\_resultados](https://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=garantia_manual_resultados)

### 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>

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.

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018

## ESIC Business & Marketing School

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](http://www.esic.edu) en el Apartado Garantía de Calidad/Institucionales.

### **Análisis de Datos y Conclusiones**

Todos los procesos están validados en su diseño por AUDIT y los resultados son muy satisfactorios.

### **Propuestas de mejora al Indicador**

No procede

## **7.2 Políticas/Procedimientos/Manuales**

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

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

	<b>2013/2014</b>	<b>2014/2015</b>	<b>2015/2016</b>	<b>2016/2017</b>	<b>2017/2018</b>
	Nuevo Documento	Nuevo Documento	Nuevo Documento	Nuevo Documento	Nuevo Documento
Nuevos Procedimientos	0	0	0	0	9
Nuevas Políticas	4	3	0	3	2
Nuevos Manuales	0	0	0	0	0

### **Procedimientos**

Nuevo Documento (tanto Institucionales como propios del Área Universitaria)

- GR.3.70 Gestión Académica
- 3.50.60 Biblioteca
- 3.50.90 Emprendedores
- 3.50.100 Alumni
- 4.70 Ranking y otros reconocimientos
- 4.80 Responsabilidad Social
- 4.90 Patrocinio y actividades vinculadas
- 4.100 ESIC Experience
- 4.110 Asesoría Jurídica

### **Políticas**

Nuevo Documento

- Política de Sustituciones de Profesorado del Área Universitaria.
- Política de Unidad de Desarrollo Profesional

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



# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Marketing

### (GRMK) Curso Académico 2017/2018

# ESIC Business & Marketing School

#### **Formatos**

Nuevo Formato

- Planificación Temporal de las Piezas de Evaluación Continua. Área Universitaria. Ed 0

#### **Análisis de Datos y Conclusiones**

La puesta en marcha del Proyecto de Mejora del Sistema, ha implicado la revisión de todos los Procedimientos que están bajo el Sistema de Gestión, así como las Políticas asociadas a los mismos y los formatos.

Se ha realizado dicha revisión a través de la creación de Grupos de Trabajo por Área con diferentes perfiles en dichos grupos de trabajo y aprobados por el máximo responsable de cada uno de los Procedimientos. Los Campus han participado en dicho proyecto, así como diferentes grupos de interés con el objetivo de detectar mejoras que reviertan en la calidad de los procesos del sistema.

Todos los procedimientos actualizados, Políticas y Formatos están publicados en el Campus Virtual de ESIC para los diferentes Grupos de Interés (Profesorado, Alumnado y Personal).

Además, para el resto de Grupos de Interés se ha procedido a publicar en la web corporativa de ESIC en el siguiente link: <https://www.esic.edu/calidad/procedimientos.php>

#### **Propuestas de Mejoras al Indicador**

No procede

### **7.3 Comisión de la Titulación**

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

Podrá verse más información en la web:

[https://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=garantia\\_comision](https://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?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: 18/01/2018. 15:00/16:00

Miembros de Comité (Nombre y Puesto)

Asistentes:

D<sup>a</sup>. M<sup>a</sup> Jesús Merino (Directora de la Titulación)

D. Isidoro Embid (Coordinador de la Titulación)

Profesores/Tutores: D. Mariano Méndez, D<sup>a</sup>. Ruth Fernández y D<sup>a</sup> Julia Bordonado

D<sup>a</sup>. Susana Valle (Personal PAS)

Alumnos por Titulación: D<sup>a</sup>. Claudia Recio y D. Guillermo Durán.

Experto Externo: D. José Manuel Ponzoa

Otros asistentes: D. Segundo Huarte (Director del Área de Grado) D<sup>a</sup> Maruchy de Obesso (Coordinadora Nacional del Área de Grado) y D<sup>a</sup>. Leticia de Aymerich (Unidad Técnica de Seguimiento y Renovación de Títulos)

Justifica Ausencia: D. Guillermo Durán y D<sup>a</sup> Susana Valle.

Temas a tratar:

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## Parte Institucional.

- Aprobación del acta anterior.
- Bienvenida a los nuevos miembros de las Comisiones
- Agradecimiento a los miembros que dejan las Comisiones
- Importancia de las Comisiones de Titulación
- Resultados de las Renovaciones de Títulos
- Renovación del certificado Audit

## Parte específica del Título

- Revisión y aprobación de la Memoria de Seguimiento URJC 2016/2017
- Guías Docentes 2017\_18 según Memoria en vigor
- Mecanismos de Coordinación
- Trabajos fin de grado. Importancia referencias bibliográficas
- Prácticas Externas según Memoria vigente.
- Informe de actividades singulares de la Titulación
- Ruegos y preguntas

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

Resultados del Curso pasado: El informe de resultados del año pasado está a punto de cerrarse.  
Procesos de acreditación: Se hace un breve resumen de los tres procesos de acreditación que se pasaron el año anterior, con resultados muy satisfactorios

Da por constituidas las comisiones y señala el papel relevante que para la escuela supone la aceptación por parte del mercado del nivel de preparación de nuestros alumnos.

Toma la palabra Maruchy de Obesso (Coordinadora Nacional) y expone el proceso de realización del Informe partiendo de los datos facilitados por la URJC.

El objetivo fundamental es revisar el informe para analizar los datos por parte de las Comisiones y aprobación antes del envío a la URJC.

Segundo Huarte reitera su agradecimiento y se retira, dejando a cada Comisión que continúe la reunión por separado.

María Jesús Merino da la bienvenida a José Manuel Ponzoa que se incorpora a Comisión como nuevo miembro en calidad de experto externo, indicando la estabilidad de la Comisión como un elemento importante de cara a su funcionamiento, y pasan a tratarse los puntos del orden del día:

- Memoria de Seguimiento URJC 2016/2017:
  - Se revisan los datos y se procede a su aprobación
- Guías Docentes 2017/2018:
  - Revisadas en base a la Memoria vigente del Título y publicadas en la Web.
- Mecanismos de coordinación:
  - Se constata que el funcionamiento de los sistemas de coordinación horizontal y vertical

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

están funcionando de manera óptima, de acuerdo con los requerimientos del Sistema de Calidad.

- Trabajos de fin de grado. Importancia de las referencias bibliográficas:
  - Se está trabajando en el proceso de formación de los alumnos en este apartado, habiéndose notado ya una mejora sustancial en el curso pasado, considerándose la necesidad de seguir insistiendo en este curso, siguiendo la normativa APA.
- Prácticas externas según memoria vigente:
  - Los alumnos comentan que existe un alto grado de satisfacción en este apartado, indicándose que existen empresas que ya seleccionan con carácter preferente y a veces exclusivo a alumnos ESIC por la buena formación que aportan.
- Informe de actividades singulares de la Titulación:
  - Se trabaja en la reunión en la selección de actividades específicas del título que puedan suponer un referente este título.  
La relación de las actividades que al margen de las propiamente docentes recogidas en la Memoria de la Titulación y en las Guías docentes, propuestas para su valoración por el Área de Grado, con el objetivo de proporcionar un valor diferencial al título son las siguientes:

## ACTIVIDADES SINGULARES

- Jornada Anual sobre Marketing Digital.
- Acuerdos con Empresas para conseguir Homologaciones de Titulaciones.
- Observatorio de Tendencias con Expertos en Marketing.
- Jornada de Autoprotección en Ciberseguridad y Reputación Personal en Redes Sociales.
- Visitas a Empresas.
- Marketing Fest.
- Coaching Profesional.

Y no habiendo más asuntos que tratar se da por concluida la reunión y 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 Director del Área 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.

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## Acta 1

---

Fecha: 09/10/2017

Miembros del Equipo

Decano del Área Universitaria

Unidad de Calidad del Área.

Otros invitados: 19 Tutores Académicos de Grupo

### ❖ **BIENVENIDA**

Segundo Huarte agradece la puntualidad a todos los presentes y da la bienvenida especialmente a los Tutores que son nuevos para este curso 2017/2018.

Recuerda la función tan importante y fundamental que desempeñan los Tutores de grupo y les agradece su trabajo

### ❖ **INFORMACIONES VARIAS:**

#### ➤ **Inauguraciones**

Se han inaugurado todos los cursos:

Madrid se han realizado 6 actos

Valencia 2 actos

Resto de Campus: 1 acto.

#### ➤ **Claustro Profesores**

Alto porcentaje de asistencia, alcanzando el 90% en el Campus de Pozuelo.

#### ➤ **Matriculaciones**

#### ➤ **Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial**

1 grupo.

Varios alumnos del Título Superior que empezaron en el 2016/2017, se han podido pasar a Titulaciones Oficiales en 2017/2018, aprovechando la legislación vigente

#### ➤ **Líneas de Trabajo**

Informa que a partir de ahora se hablará de años naturales y no cursos académicos, por lo que las líneas de trabajo están previstas para el 2018.

- 5 Líneas para Grado
- 6 Proyectos Institucionales, en los que participa directamente Grado

#### ➤ **Reacreditaciones GRMK y GRADE**

Se han desarrollado con normalidad, han ido bien. A la espera de los Informes provisionales.

### ❖ El Decano solicita la **COLABORACIÓN DE LOS TUTORES**

- MasterClass Experience. Apoyo logístico como el curso pasado y apoyo, frente a los alumnos, en este proceso. Gestiona: D. Antonio Martín.
- Unidad de Desarrollo Profesional (UDP). Presentación pública a todos los cursos. En función del grupo/curso que se visite se dará un mensaje u otro. D. José Luis Casado y D<sup>a</sup>. Maruchy de Obeso.

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

- Reunión con Delegados. Previstas para mediados de noviembre. El año pasado la logística fue maravillosa por lo que se solicita la misma, en cuanto a la información previa y al acompañamiento de los Tutores a los Delegados a la sala donde se celebrarán dichas reuniones.

También, recuerda la importancia de haber contactado ya con los Padres y la celebración de la reunión con los profesores del curso, coordinación horizontal y la planificación temporal de las piezas de evaluación, en caso de no haberlo hecho ya.

## **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.

### ❖ **ACCIONES A REALIZAR:**

El Decano traslada que hablará con Ordenación Académica:

- El calor de las 101, 102 y 206
- Fotos de los alumnos de cada grupo

Desarrollo Corporativo y de Negocio,

- Referente a la información detallada de los Padres del alumnado.

Secretaría General para reforzar el mensaje Sistemas,

- Referente a la Base de Datos en Agresso para que los Tutores tengan acceso a la información de los alumnos tutelados de una forma fácil y sencilla.

### ❖ **FIN DE LA REUNIÓN**

Recuerda que es un colectivo muy importante para la Escuela, del que existe el reconocimiento Institucional por parte de la Dirección.

Todo lo que pasa en el aula debe pasar por el Tutor, habiendo comunicación e información absoluta

Y no habiendo más temas que tratar se da por finalizada la reunión.

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## Acta 2

---

Fecha: 22/02/2018

Miembros del Equipo

D. Segundo Huarte (Decano del Área Universitaria)

D<sup>a</sup>. Maruchy de Obesso (Coordinadora Nacional Grado)

Tutores: 19 Tutores Académicos de Grupo.

Justifica ausencia: D<sup>a</sup> Leticia de Aymerich (Responsable de Calidad del Área Universitaria)

### ❖ **BIENVENIDA**

Segundo Huarte agradece la puntualidad a todos los presentes y da la bienvenida a los Tutores

### ❖ **INFORMACIONES VARIAS:**

#### ➤ **Investigación**

El Comité de Investigación está adquiriendo una importancia más estratégica,

Se ha creado una estructura de apoyo en las áreas académicas.

Se ha aprobado un Plan Anual para 2018,

Se aumenta también la UPI con un investigador principal más y tres asociados.

#### ➤ **Portfolio de productos**

Título Superior en Dirección de Marketing Global (Plan 2018)

Decano y Director de Titulación están visitando Campus, hay dos rondas de visitas.

En Madrid hay una segunda fecha planificada para el 14 de Marzo de 15:00 a 16:00

Bachelor's Degree in Marketing

Enviado el Modifica a la URJC

Modificas

Modifica número de plazas en Zaragoza con Grado en Marketing

Modifica número de plazas en Valencia con International Business

#### ➤ **Jornadas estratégicas Salamanca**

La función académica ha sido el tema central.

Ha habido un excelente grupo de trabajo previo de 6 personas, de ambas Área, Universitaria y Postgrado

Temas debatidos en Salamanca:

- Cómo queremos que la sociedad perciba ESIC desde el punto de vista académico.
- Perfil egresados

#### ➤ **Auditoría interna**

Buenas impresiones, pendientes del informe definitivo

#### ➤ **Encuestas profesores**

Los resultado del 1<sup>o</sup> semestre son buenos.

#### ➤ **Turnitin**

Se ha hecho un nuevo manual que se hará llegar a todos los profesores en breve

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## ➤ **Masterclass Experience**

Especial atención y apoyo para que las sesiones funcionen correctamente

A continuación, da paso a la intervención de cada Tutor

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

## **TEMAS RELEVANTES EN LOS PRÓXIMOS MESES:**

- IMAT: 1 y 2 de marzo
- Reuniones de delegados: Del 12 al 22 de marzo.
- 13/3/2018: MEET empleo y emprendimiento. Día no lectivo pero obligada la asistencia de los alumnos
- Programación Académica 2018-2019, primer curso:
- Solicitada a Campus la previsión de alumnos que vienen a hacer 4º a Madrid o Barcelona
- Encuestas profesores: Del 9 al 13 de abril

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

## **Acta 3**

Fecha: 09/07/2018

Miembros del Equipo

D. Segundo Huarte (Decano del Área Universitaria)

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

Tutores: 17 Tutores Académicos de Grupo

Justifican Ausencia: D. Alberto Alcalde y D. Carlos Queypo

### • **BIENVENIDA**

D. Segundo Huarte agradece la puntualidad a todos los presentes y da la bienvenida a los Tutores.

Justifica la asistencia de D. Alberto Alcalde y D. Carlos Queypo.

Se disculpa por la ubicación de celebración de la reunión

### • **INFORMACIONES VARIAS:**

#### • **Jornadas de Salamanca**

Fueron unas Jornadas de reflexión y uno de los temas claves de dichas Jornadas fue poner a la función Académica en el centro.

La conclusión principal de dichas jornadas fue: La Función Académica es la principal fuente de creación de valor.

Se han trabajado diferentes documentos, los cuales han sido aprobados y serán la estrategia del Área Académica.

Transformar alumnos que entran en buenos profesionales y buenos ciudadanos

En la reunión de septiembre será donde se comparta resumen de la misma.

#### • **Jornadas Departamentales / Cursos de Verano**

Se están celebrando actualmente.

Impresión muy positiva, según trasladan las Direcciones de Departamento, tanto en asistencia como por los temas tratados

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

Se elaborará informe resumen, el cual se presentará en el Comité Académico de Agosto

- **Datos 2018/2019**

Claustro:

Lunes, 3 de septiembre 2018. Se estima, en principio, a las 19:00h

Deseo por parte de la Dirección del 100% de asistencia del profesorado.

Se hará reconocimiento al Profesorado que ha obtenido el Doctorado o Acreditación, así como a los Profesores que se jubilan.

Inauguraciones:

A las Inauguraciones deben asistir, el Director de la Titulación, así como el Tutor de 1<sup>er</sup> curso.

Martes 4 de septiembre

- Grado en Marketing (GRMK) – 17:00h
- Grado en Administración y Dirección de Empresas (GRADE) – 19:30h

Miércoles 5 de septiembre

Comienzan las clases. Todos los grupos

- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (GRPUB) – 17:00h
- Grado en Dirección y Gestión de Empresas en el Ámbito Digital (GRDB) – 19:30h

Jueves 6 de septiembre

- Bachelor's Degree in Business Administration and Management (BBAM) – 17:00h
- Bachelor's Degree in Marketing (BDM) – 17:00h
- Título Superior en Dirección de Marketing Global (TSDMG) – 19:30h

Matriculaciones

Buen número en líneas generales.

Cambio en la estacionalidad de la Selectividad

Se amplía el plazo de matriculación en la URJC, algo que es muy positivo a nivel de Alumnos Internacionales y Alumnos de otras Comunidades Autónomas.

Coordinación Grado

A partir del 1 septiembre, D<sup>a</sup> Maite Palomo llevará la Coordinación de mañanas y D. Anacleto Iglesias continua en la Coordinación de tardes.

Grupos Nuevos 2018/2019

- 3º de GRDB
- 3º de BBAM
- 1º de BDM:

- **Proyecto de Mejora del Sistema de Gestión**

Se informa de la revisión de Procedimientos del Área Universitaria, creando una Comisión de trabajo, entre los que han participado varios de los Tutores presentes.

Procedimiento GR.2.70 Tutorías

Toma la palabra D<sup>a</sup> Leticia de Aymerich, para explicar las modificaciones que ha implicado dicha



# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

revisión en el procedimiento de Tutorías.

Se informa de la inclusión, no sólo de los Tutores Académicos de Grupo, sino también de los Tutores de Prácticas Externas y Tutores de TFG/TFT.

Se define el cronograma por semanas, en ambos semestres

Con respecto a la Planificación Temporal de las Piezas de Evaluación Continua

- Se define el objetivo
- Formato de la Planificación.
  - Para varios grupos o para un solo grupo, ya que será de implantación Nacional.

Se hará envío a todos los Tutores Académicos de Grupo, tanto del procedimiento como del Formato de Planificación de las Piezas de Evaluación Continua.

## • Otras informaciones relevantes

### Plagios

Se hará entrega a principios de septiembre del nuevo documento, el cual está siendo revisado.

Se traslada la importancia a los Tutores de 1º, sobre la información y comunicación a los alumnos de dichos grupos.

### Figura del Tutor

La figura del Tutor es una excelente fuente de información para el Director de la Titulación.

Los Tutores Académicos de Grupos deben gestionar aquellas cuestiones referentes a los alumnos de ámbito académico.

Coordinación de Grado: Gestiona temas de índole personal, emocional, aspectos más especiales que no estén dentro de las tareas del Tutor Académico de Grupo.

Siempre con un alineamiento de intereses y convergencia en los objetivos de atención y orientación al alumnado.

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.

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

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## 7.6 Evaluación del Aprendizaje

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

- Se actualizó y homogenizó toda la normativa académica para la Evaluación Continua, estableciéndose el correspondiente Documento, que también fue distribuido a nivel departamental. Es de cumplimiento obligatorio.
- La Evaluación Continua implica más trabajo para el profesor, también para los alumnos, pero genera, a su vez, muchos mejores resultados académicos.
- Iniciativas para Asignaturas con índices de Rendimiento inferiores al 65%.
  - Revisar con los Directores de Departamento Académico, aquellas asignaturas que no alcancen ese índice.

### 7.6.1 Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento

Grado en Marketing (GRMK)	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	Variación
TASA DE PRESENTACIÓN	91.9%	89.6%	92.2%	93.1%	92.3%	-0,9%
TASA DE SUPERACIÓN	88.7%	88.9%	89.1%	89.7%	88.2%	-1,7%
TASA DE RENDIMIENTO	81.5%	79.7%	82.2%	83.5%	81.4%	-2,5%

Fuente Secretaría URJC

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Marketing

### (GRMK) Curso Académico 2017/2018

# ESIC Business & Marketing School

## 7.6.2 Análisis Evaluación del Aprendizaje

### Curso Académico 2017/2018

Curso	Asignatura	Matriculados	Aprobados	Suspensos	No Presentados
1º	Derecho Civil	179	130	34	15
1º	Estadística Aplicada Al Marketing	203	125	32	46
1º	Historia De La Cultura Comercial Y Sociedad	136	108	12	16
1º	Historia Económica y del Marketing	137	115	14	8
1º	Informática Aplicada al Marketing	139	98	21	20
1º	Introducción a la Empresa	142	110	28	4
1º	Introducción al Marketing	142	106	21	15
1º	Marketing y Técnicas de Comunicación	140	122	16	2
1º	Matemáticas Empresariales	151	111	32	8
1º	Sociología de la Empresa	148	111	35	2
2º	Análisis Económico-Financiero En Marketing I	119	103	14	2
2º	Análisis Económico-Financiero En Marketing II	139	103	20	16
2º	Derecho Del Trabajo y de la Seguridad Social	155	93	49	13
2º	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado	118	102	14	2
2º	Dirección Estratégica	122	102	18	2
2º	Economía I: Microeconomía	146	89	44	13
2º	Economía II: Macroeconomía	119	93	12	14
2º	Idioma Moderno	112	98	6	8
2º	Marketing Estratégico	124	107	9	8
2º	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing	121	101	13	7
2º	Psicología Aplicada al Marketing	123	111	10	2
2º	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo	121	99	9	13
3º	Comportamiento del Consumidor	108	102	5	1
3º	Dirección De Ventas	119	82	21	16
3º	Investigación De Mercados I	112	100	9	3
3º	Investigación De Mercados II	119	104	9	6
3º	Marketing Industrial y de Servicios	114	108	3	3
3º	Marketing Relacional, Directo E Interactivo	100	95	3	2
3º	Marketing y Sistemas De Información Aplicados	119	90	23	6
3º	Política de Comunicación	110	110	0	0
3º	Política de Distribución	107	103	3	1
3º	Política de Precios Y Costes	136	86	29	21
3º	Política de Producto	111	105	4	2
3º	Técnicas de Negociación Comercial	105	101	1	3
4º	Análisis y Previsión de Ventas	98	90	4	4
4º	Dirección de Recursos Humanos	99	94	3	2
4º	Marketing Global E Internacional y Comercio Exterior	89	83	4	2
4º	Marketing y Dirección de Comunicación	93	89	2	2
4º	Plan de Marketing	90	86	2	2
4º	Practicas Externas	100	89	0	11
4º	Reconocimiento Académico de Créditos	95	84	2	9
4º	Trabajo Fin de Grado	127	85	2	40

Fuente Secretaria URJC

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Marketing

### (GRMK) Curso Académico 2017/2018

# ESIC Business & Marketing School

### 7.6.3 Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación)

**2017/2018**

Curso	Asignatura	Tasa de Rendimiento	Tasa de Presentación	Tasa de Superación
1º	Derecho Civil	72.63%	91.62%	79.27%
1º	Estadística Aplicada Al Marketing	61.58%	77.34%	79.62%
1º	Historia De La Cultura Comercial Y Sociedad	79.41%	88.24%	90.00%
1º	Historia Económica y del Marketing	83.94%	94.16%	89.15%
1º	Informática Aplicada al Marketing	70.50%	85.61%	82.35%
1º	Introducción a la Empresa	77.46%	97.18%	79.71%
1º	Introducción al Marketing	74.65%	89.44%	83.46%
1º	Marketing y Técnicas de Comunicación	87.14%	98.57%	88.41%
1º	Matemáticas Empresariales	73.51%	94.70%	77.62%
1º	Sociología de la Empresa	75.00%	98.65%	76.03%
2º	Análisis Económico-Financiero En Marketing I	86.55%	98.32%	88.03%
2º	Análisis Económico-Financiero En Marketing II	74.10%	88.49%	83.74%
2º	Derecho Del Trabajo y de la Seguridad Social	60.00%	91.61%	65.49%
2º	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado	86.44%	98.31%	87.93%
2º	Dirección Estratégica	83.61%	98.36%	85.00%
2º	Economía I: Microeconomía	60.96%	91.10%	66.92%
2º	Economía II: Macroeconomía	78.15%	88.24%	88.57%
2º	Idioma Moderno	87.50%	92.86%	94.23%
2º	Marketing Estratégico	86.29%	93.55%	92.24%
2º	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing	83.47%	94.21%	88.60%
2º	Psicología Aplicada al Marketing	90.24%	98.37%	91.74%
2º	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo	81.82%	89.26%	91.67%
3º	Comportamiento del Consumidor	94.44%	99.07%	95.33%
3º	Dirección De Ventas	68.91%	86.55%	79.61%
3º	Investigación De Mercados I	89.29%	97.32%	91.74%
3º	Investigación De Mercados II	87.39%	94.96%	92.04%
3º	Marketing Industrial y de Servicios	94.74%	97.37%	97.30%
3º	Marketing Relacional, Directo E Interactivo	95.00%	98.00%	96.94%
3º	Marketing y Sistemas De Información Aplicados	75.63%	94.96%	79.65%
3º	Política de Comunicación	100.00%	100.00%	100.00%
3º	Política de Distribución	96.26%	99.07%	97.17%
3º	Política de Precios Y Costes	63.24%	84.56%	74.78%
3º	Política de Producto	94.59%	98.20%	96.33%
3º	Técnicas de Negociación Comercial	96.19%	97.14%	99.02%
4º	Análisis y Previsión de Ventas	91.84%	95.92%	95.74%
4º	Dirección de Recursos Humanos	94.95%	97.98%	96.91%
4º	Marketing Global E Internacional y Comercio Exterior	93.26%	97.75%	95.40%
4º	Marketing y Dirección de Comunicación	95.70%	97.85%	97.80%
4º	Plan de Marketing	95.56%	97.78%	97.73%
4º	Prácticas Externas	89.00%	89.00%	100.00%
4º	Reconocimiento Académico de Créditos	88.42%	90.53%	97.67%
4º	Trabajo Fin de Grado	66.93%	68.50%	97.70%

**Fuente Secretaria URJC**

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## **Análisis de Datos y Conclusiones:**

Todos los indicadores presentan resultados satisfactorios, mostrando altas tasas de aprendizaje y superación.

De las asignaturas cuya tasa de rendimiento estaba por debajo del 65% en el curso anterior (Derecho Civil y Estadística aplicada al Marketing) cabe destacar el incremento de dicha tasa en un 27% y un 10% respectivamente.

Se hará seguimiento de aquellas asignaturas cuya tasa de rendimiento esté por debajo del 65%, aunque cabe destacar que ninguna está por debajo del 60%.

## **Propuestas de Mejoras al Indicador**

No procede.





# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Marketing

### (GRMK) Curso Académico 2017/2018

# ESIC Business & Marketing School

## Competencias Específicas

Curso	Semestre	Asignatura	Créditos	MEDIA 2017/2018	DESVIACIÓN 2017/2018	CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8	CE9	CE10	CE11	CE12	CE13	CE14	CE15	CE16	CE17	CE18	CE19	CE20
1º	1	Marketing y Técnicas de Comunicación	6	6,33	1,53		1		1																1
1º	1	Introducción a la Empresa	6	5,86	1,55	1	1																		
1º	1	Matemáticas Empresariales	6	7,35	2,88									1		1		1							
1º	1	Historia Económica y del Marketing	6	6,68	1,45			1	1	1				1				1	1					1	1
1º	1	Sociología de la Empresa	6	5,39	1,52		1	1	1		1														
1º	2	Introducción al Marketing	6	6,47	1,68		1	1						1		1		1							
1º	2	Historia de la Cultura Comercial y Sociedad	6	6,36	1,85						1														
1º	2	Estadística Aplicada al Marketing	6	6,17	2,00								1	1		1		1							
1º	2	Derecho Civil	6	5,59	1,77		1		1								1	1							
1º	2	Informática Aplicada al Marketing	6	6,53	2,13								1												
2º	1	Economía I: Microeconomía	6	5,06	2,04				1																
2º	1	Análisis Económico-Financiero en Marketing I	4,5	6,72	2,14																				
2º	1	Psicología Aplicada al Marketing	4,5	6,40	1,23											1								1	
2º	1	Dirección Estratégica	4,5	6,05	1,85										1			1							
2º	1	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado	4,5	6,26	1,89				1		1	1													
2º	2	Marketing Estratégico	4,5	6,92	1,83	1	1	1	1	1				1	1			1	1					1	
2º	2	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo	6	6,61	1,33			1		1				1				1	1						1
2º	2	Economía II: Macroeconomía	6	6,22	1,80						1														
2º	2	Análisis Económico-Financiero en Marketing II	4,5	6,35	2,48			1	1					1											
2º	2	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing	4,5	6,32	1,98									1				1						1	
2º	2	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	4,5	5,19	1,50						1	1													
2º	2	Inglés IV - Idioma Moderno	6	7,03	1,18		1																		
3º	1	Política de Comunicación	6	6,84	1,10									1					1	1	1			1	
3º	1	Comportamiento del Consumidor	4,5	6,89	1,29									1		1								1	
3º	1	Política de Producto	6	6,87	1,40									1							1			1	
3º	1	Dirección de Ventas	4,5	6,20	1,89	1			1																
3º	1	Investigación de Mercados I	4,5	6,58	1,34	1	1	1	1	1				1	1		1	1	1						
3º	1	Marketing Industrial y de Servicios	4,5	6,95	1,22		1		1					1											
3º	2	Política de Distribución	6	7,24	1,55							1	1	1	1	1		1				1	1		
3º	2	Política de Precios y Costes	6	5,57	2,03	1		1	1	1				1	1	1		1				1	1		
3º	2	Investigación de Mercados II	4,5	6,51	1,68	1	1	1	1				1	1	1										
3º	2	Técnicas de Negociación Comercial	4,5	7,60	1,43																				
3º	2	Marketing Relacional, Directo e Interactivo	4,5	6,86	1,56	1	1	1		1				1	1	1		1	1						
3º	2	Marketing y Sistemas de Información Aplicados	4,5	5,96	1,82	1	1	1	1	1				1	1	1		1	1						
4º	A	Prácticas Externas	24	8,85	0,78	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4º	A	Trabajo Fin de Grado	6	7,90	1,18				1	1	1		1											1	1
4º	1	Plan de Marketing	6	7,37	1,67			1	1	1				1	1				1					1	1
4º	1	Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior	4,5	7,39	1,78									1	1			1							
4º	1	Análisis y Previsión de Ventas	4,5	7,56	1,49			1	1				1	1				1							
4º	1	Marketing y Dirección de Comunicación	4,5	6,55	1,52	1		1						1	1	1			1	1					1
4º	1	Dirección de Recursos Humanos	4,5	7,65	1,55	1	1			1															
4º	1	Seminario de Informática (Reconocimiento créditos)	6	7,61	1,47																				
						7,23	7,06	7,12	6,96	7,45	7,23	7,88	7,77	7,05	7,32	7,29	8,09	7,16	7,46	8,20	7,97	8,04	8,04	7,51	7,84

Fuente Comisión de la Titulación



# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Marketing

### (GRMK) Curso Académico 2017/2018

# ESIC Business & Marketing School

Obteniendo las siguientes medias:

<b>Grado en Marketing</b>	<b>2014-15</b>	<b>2015-16</b>	<b>2016-17</b>	<b>2017-18</b>	<b>Variación</b>
Media Competencias Generales	7,32	7,37	7,33	7,31	-0,27%
Media Competencias Específicas	7,51	7,62	7,60	7,53	-0,92%
Media Competencias	7,41	7,49	7,46	7,39	-0,94%

#### **Análisis de Datos y Conclusiones:**

Las medias obtenidas tanto en la adquisición de las competencias generales como específicas se mantienen estables desde el curso 2014/2015 por lo que se consideran resultados adecuados.

#### **Propuestas de Mejoras al Indicador**

No procede

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Marketing

### (GRMK) Curso Académico 2017/2018

# ESIC Business & Marketing School

#### 7.6.5 Evaluación de las Competencias a Nivel MECES

Una vez obtenida la calificación de cada Competencia del Título, y en base a la matriz relacional de Competencias con MECES, se obtienen las siguientes calificaciones para cada Nivel MECES en el Grado en Marketing.

	MEDIA 2017/2018 Comité de Evaluación	MEGE01	MEGE02	MEGE03	MEGR01	MEGR02	MEGR03	MEGR04	MEGR05
CG1	6,83					1	1		
CG2	7,08					1			
CG3	6,91						1	1	
CG4	7,03							1	
CG5	7,91				1	1			
CG6	7,03				1		1		
CG7	8,13				1		1		
CG8	7,04			1			1		1
CG9	7,03			1			1		1
CG10	7,23				1	1	1		
CG11	6,98					1			
CG12	7,06								1
CG13	7,35	1		1				1	
CG14	7,20	1				1		1	
CG15	7,86	1				1		1	
CG16	7,20	1	1	1				1	1
CG17	7,20	1	1	1		1		1	
CG18	6,99			1		1	1		1
CG19	7,01	1	1	1		1	1		
CG20	7,91	1		1		1	1		
CG21	6,91								1
CG22	7,22	1	1	1		1	1		
CG23	7,33					1	1	1	
CG24	7,20	1		1				1	
CG25	7,45								1
CG26	7,38					1			
CG27	7,31	1	1	1					
CG28	7,03					1			
CG29	7,49						1		
CG30	7,83					1			
CG31	8,36						1	1	
CE1	7,23	1				1	1		
CE2	7,06	1			1	1			
CE3	7,12				1		1		
CE4	6,96				1	1	1	1	
CE5	7,45					1	1	1	
CE6	7,23				1				
CE7	7,88				1	1			
CE8	7,77				1	1			1
CE9	7,05					1	1		
CE10	7,32				1	1			
CE11	7,29	1			1		1		
CE12	8,09				1	1	1		
CE13	7,16					1	1		
CE14	7,46				1	1	1	1	
CE15	8,20					1	1		
CE16	7,97						1		
CE17	8,04					1	1	1	
CE18	8,04	1				1	1	1	
CE19	7,51				1	1	1	1	1
CE20	7,84					1	1	1	1
		<b>7,36</b>	<b>7,19</b>	<b>7,22</b>	<b>7,46</b>	<b>7,44</b>	<b>7,44</b>	<b>7,47</b>	<b>7,28</b>

Fuente Comisión de la Titulación

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Marketing

### (GRMK) Curso Académico 2017/2018

# ESIC Business & Marketing School

#### **MECES 2007**

##### **MECES Generales**

MEGE01: Desde el respeto a los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas relacionadas con dichos derechos

MEGE02: Desde el respeto y promoción de los Derechos Humanos y los principios de accesibilidad universal y diseño para todos de conformidad con lo dispuesto en la disposición final décima de la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de Igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas relacionadas con dichos derechos y principios.

MEGE03: De acuerdo con los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos, y debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas relacionadas con dichos valores.

##### **MECES Específicas de GRADO**

MEGR01: Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

MEGR02: Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

MEGR03: Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

MEGR04: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

MEGR05: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Obteniendo la siguiente media

	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	Variación
<b>Media MECES 2007</b>	7,37	7,44	7,40	7,36	-0,54%

##### **Análisis de Datos y Conclusiones:**

En relación con MECES se mantiene la media obtenida desde el curso académico 2014/2015, por lo que se consideran buenos resultados.

##### **Propuestas de Mejoras al Indicador**

No procede

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 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., es decir, a todos los grupos de interés vinculados con ESIC.

[http://www.esic.edu/calidad/buzon\\_virtual.php](http://www.esic.edu/calidad/buzon_virtual.php)

Proceso de reconocimiento y sugerencias: [http://www.esic.edu/calidad/pdf/proceso\\_sugerencias\\_E.pdf](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

		2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18
<b>Área Académica</b>	Nº Sugerencias	0	0	0	1	4	0
	Nº Felicitaciones	0	1	0	1	0	0
	Nº Quejas	0	0	3	1	2	4
<b>Área Gestión</b>	Nº Sugerencias	1	3	1	9	3	2
	Nº Felicitaciones	0	1	0	1	0	0
	Nº Quejas	1	2	7	15	17	12
<b>TOTAL</b>	<b>Nº Sugerencias</b>	1	3	1	10	7	2
	<b>Nº Felicitaciones</b>	0	2	0	2	0	0
	<b>Nº Quejas</b>	1	2	10	16	19	16

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

#### Reconocimientos Grado en Marketing

		2016-17	2017-18
<b>Área Académica</b>	Nº Sugerencias	1	0
	Nº Felicitaciones	0	0
	Nº Quejas	1	0
<b>Área Gestión</b>	Nº Sugerencias	1	0
	Nº Felicitaciones	0	0
	Nº Quejas	1	1
<b>TOTAL</b>	<b>Nº Sugerencias</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
	<b>Nº Felicitaciones</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>Nº Quejas</b>	<b>2</b>	<b>1</b>

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Se incluyen las cuestiones comentadas en las reuniones con los Delegados del Área Universitaria, las cuales han sido gestionadas por la Unidad de Calidad del Área. Los aspectos de mejora comentados por los Delegados/as han sido temas referentes a: limpieza de los baños, conexiones wifi, algún tema puntual de aulas de clase.

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Marketing

### (GRMK) Curso Académico 2017/2018

# ESIC Business & Marketing School

De total de cuestiones gestionadas a través del Buzón, en el Área y Campus, el 25% son de índole académico y el otro 75% dirigidos a servicios generales.

En lo referente al Título, cabe destacar que sólo ha habido 1 cuestión del Área de Gestión, la cual se solventó en 24 horas.

#### Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

## 7.8 Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés

### 7.8.1 Satisfacción de los Alumnos

#### Satisfacción con el profesorado

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

En lo referente al Campus de Pozuelo, la Tasa de respuesta media está en torno al 70%, lo que se considera adecuada.

Con respecto a los resultados obtenidos en la Titulación: Grado en Marketing, a continuación, se muestra el detalle de las medias de cada curso en ambos semestres.

<b>GRADO EN MKT – 2017/2018</b>	1º Semestre	2º Semestre
1º curso	7,73	7,05
2º curso	7,96	7,82
3º curso	7,96	7,65
4º curso	7,08	7,50

Los resultados obtenidos en las encuestas de valoración docente del Grado, se consideran adecuados por estar por encima de 7 en todos los cursos y semestre, aunque se hará seguimiento del segundo semestre de 1º curso y del primer semestre de 4º curso.

#### Satisfacción con la titulación

Se realizan encuestas sobre la Valoración de la Titulación a los alumnos de 2º y 4º curso, es decir en el ecuador y al final de la Titulación.

En 2017/2018 el Índice de Respuesta ha sido del 53,15% (59 alumnos de un total de 111) y el 33,33% (31 alumnos de un total de 93), incrementando la tasa en un 44,43% en 2º curso y se mantiene estable en 4º curso. El objetivo marcado para considerar respuestas representativas es obtener tasas de al menos un 50%, por lo que, en este curso académico, aunque se considera insuficiente, se analizan los datos obtenidos a continuación. Deben estudiarse aquellos aspectos sobre los que se preguntaron y cuyas desviaciones son superiores a 2,5,

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

En el caso de 2º curso, las valoraciones han sido entre 7,59 y 4,73. Aquellos aspectos mejor valorados han sido: “Fortalecer e incrementar mis conocimientos, Implantación a corto/medio plazo de los

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Marketing

### (GRMK) Curso Académico 2017/2018

# ESIC Business & Marketing School

conocimientos en el mundo laboral, Despertar inquietudes emprendedoras, Enfoque teórico/práctico de los contenidos, Formación en trabajo en equipo, Aulas de Clase, Espacios y accesibilidad de la Biblioteca, Salas de trabajo en equipo (Biblioteca) y Aulas de Informática". Todas ellas con medias superiores a 7,3 y cuyas desviaciones no superan el índice de 2,5 lo que se consideran respuestas homogéneas del grupo encuestado.

Por otro lado, aquellas variables cuyas medias se sitúan por debajo de 6 han sido: "Distribución de trabajos a lo largo del curso, Distribución de los exámenes, Tutorías, Canales para realizar felicitaciones, quejas y sugerencias, Servicio de Fotocopias, y Servicio de Datos (Wifi)". El 50% de dichas variables superan el índice de 2,5 en desviación típica lo que desprende que las respuestas son dispersas y por tanto no homogéneas, del grupo encuestado.

De los resultados obtenidos en las encuestas de 4º curso, las valoraciones han sido entre 8,0 y 5,45. Las variables mejor valoradas han sido: "Publicación de convocatorias de exámenes, Personal Docente, Ser miembro de la Asociación de Antiguos Alumnos de ESIC, Optar a Puestos de Trabajo en Empresa a través del Dpto. de Carreras Profesionales de ESIC y Optar a Prácticas Externas en Empresa a través de Dpto. de Prácticas Profesionales de ESIC", todas ellas con medias superiores a 7,5 y el 100,0% de dichas variables no superan el índice 2,5 en la desviación típica, lo que se consideran respuestas homogéneas del grupo encuestado.

Los aspectos que han obtenido medias inferiores a 6 han sido: "Aprendizaje de otros idiomas, Canales para realizar felicitaciones, quejas y sugerencias, Actividades de ayuda en el desarrollo del curso, de tipo administrativo, organizativo, etc., y Servicio de Fotocopias". Dichos aspectos el 75% alcanza el índice 2,5 en la desviación lo que se consideran respuestas dispersas y por tanto se hará seguimiento de los mismos.

#### **Análisis de Datos y Conclusiones:**

Se produce mejora en las tasas de respuesta, alcanzando el mínimo establecido en las encuestas realizadas en 2º curso. Con respecto a las realizadas en 4º curso se hará seguimiento con el objetivo de mejorar la tasa de respuesta y por tanto obtener valores representativos.

Cabe destacar que de os ítems que han obtenido medias más bajas, en ambas encuestas, un alto porcentaje desprenden desviaciones superiores a 2,5 lo que se consideran respuestas no homogéneas del grupo encuestado.

Con respecto a la mejora declarada, 2016.MEMORIA.GRMK.008, aunque se ha puesto en marcha en este curso, el alumno no lo percibe y así se traslada en las encuestas. Se mantiene vigente para el curso siguiente con el objetivo de mejorar dicho ítem ya que se considera una mejora para el alumnado.

Se procede a recodificar la mejora siendo 2018.MEMORIA.GRMK.004

#### **Propuestas de Mejoras al Indicador**

**Mejora:** Planificación de las Pruebas de Evaluación en cada semestre.

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

**Acciones a Desarrollar:** Creación de la Planificación Temporal de las Pruebas de Evaluación.

**Responsables:** Tutores de grupo

**Procedencia de la Mejora:** Reunión de Delegados

**Área de aplicación:** Área de Grado

**Tiempo Realización:** 2016/2017

**Código:** 2018.MEMORIA.GRMK.004

**Indicador:** Media obtenida en la variable "Distribución de los trabajos" en las encuestas de valoración de la Titulación en 2º y 4º curso con respecto al curso académico anterior.

### 7.8.2 Satisfacción de Egresados

La encuesta se realiza para Egresados del Grado en Marketing trascurridos 3 años desde su graduación, tal y como se declara en la Política.

Dado que el año de implantación del Grado en Marketing fue en el Curso Académico 2009/10, ha sido en este curso académico 2015/16 cuando se ha realizado la encuesta a los Egresados del Título, cumpliendo con Política de Inserción Laboral.

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 101 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 8,9%, lo que se considera insuficiente y por tanto no representativa.

La media global respecto al nivel de formación obtenida en ESIC fue de 7,07 (15 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, la Formación Teórica y la Toma de decisiones y solución de problemas: localización del problema, identificar causas y alternativas de solución, selección y evaluación de la más idónea. Todos ellos con medias superiores a 7,5 y desviaciones por debajo de 2, lo que se considera respuestas representativas. Se sugiere un seguimiento de aquellas variables cuyas desviaciones son superiores a 2,5. En este caso el 46,6% de las respuestas superan este indicador.

La media global del nivel de utilidad y repercusión en el actual/último trabajo fue de 6,82 (15 ítems valorados).

Los aspectos mejor valorados fueron, Informática y tecnologías de la información y la comunicación: conocimiento de herramientas y tecnologías más comunes (procesadores de textos, hojas de cálculo, e-mail, web, redes sociales ...), Expresión escrita: saber expresarse con claridad en la redacción de escritos adecuando el estilo del lenguaje al interlocutor y utilizando vocabulario específico y relevante y Trabajo en equipo: Capacidad de compromiso con un equipo, hábito de colaboración y trabajo solucionando conflictos que puedan surgir. Todos ellos con media superiores a 7,3.

Se debe hacer un análisis de los aspectos valorados a nivel de utilidad y repercusión en el actual/último trabajo, puesto que todos superan el indicador de desviación típica superior a 2,5, por lo que no se consideran respuestas representativas.

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

Tal y como quedó reflejado en el apartado 3.7.1. *Ratios de Inserción por Actividades Profesionales*, como consecuencia del bajo índice de respuesta de las encuestas realizadas, se llevó a cabo un

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

estudio en LinkedIn (1ª red profesional por número de contactos y notoriedad entre perfiles profesionales), accediendo a la información contenida en dicha red para nuestros egresados, con el fin de completar la información de la encuesta de la Política de Inserción Laboral de ESIC.

Los datos que arroja el estudio en LinkedIn, se consideran fiables en cuanto a su representatividad, y verídicos, ya que los mismos son perfectamente contrastables en cualquier momento (ver universo en apartado 3.7.1.).

De los datos analizados sobre empleabilidad del Grado Marketing, se extraen las siguientes conclusiones que se reflejan en los siguientes cuadros que se comentan a continuación.

Con respecto a la Empleabilidad de las promociones 2013, 2014 y 2015 se puede observar que se encuentra entre el 80% y de 91%, siendo de mayor a menor empleabilidad de las promociones más antiguas a las más recientes.

El volumen de egresados que continúan estudiando es significativamente superior en la última promoción estudiada, con tendencia creciente.

El grado de actividad laboral vinculada a la Titulación se encuentra en más del 90% en las 3 promociones.

## **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 Grado en Marketing.

**Tiempo Realización:** 2018/2019

**Código:** 2017.MEMORIA.GMK.003

**Indicador:** Tasa de respuesta, media y desviación



# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Marketing

### (GRMK) Curso Académico 2017/2018

# ESIC Business & Marketing School

## 7.8.3 Satisfacción de Personal Docente

### 7.8.3.1 Satisfacción del Personal Docente respecto a la Titulación

En el curso 2017/2018 se realiza la **Encuesta dirigida a los Profesores** que imparten clases en este Título, cuyo índice de participación fue del 71,2%, lo que significa que son resultados representativos dado que supera la tasa mínima establecida (50,0%), con unos resultados positivos que variaron entre el 7,19 y el 9,50 sobre 10, y satisfacción media (promedio de los 15 ítems incluidos en el cuestionario) del Claustro de Profesores de la Titulación del 8,65, lo que se consideran resultados muy positivos.

Las variables mejor valoradas han sido: “si se ha realizado las actividades de evaluación previstas, si ha sido posible desarrollar todo el temario teórico previsto, si ha sido posible desarrollar las actividades prácticas previstas, si se han desarrollado las tutorías y Documentaciones accesibles en formato electrónico” todas estas variables valoradas por encima de 9,0 y con desviaciones bajas lo que desprende resultados homogéneos y por tanto representativos. Cabe destacar que ninguna variable ha obtenido una media inferior a 7. Todos los aspectos sobre los que se preguntaron se dan por válidos al tener desviaciones adecuadas, excepto la variable: “Salas de Reuniones y/o Despachos”, aunque cabe esperar dicho resultado ya que a día de hoy no todo el Personal Docente dispone de despacho. Esta situación se da en el Personal Docente parcial.

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?	9,48	0,74
¿Ha sido posible desarrollar las actividades prácticas previstas?	9,38	0,85
¿Se han desarrollado las tutorías?	9,31	1,05
¿Han asistido la mayoría de los estudiantes regularmente a clase?	8,50	1,15
¿Le parece que los conocimientos previos del alumno son adecuados para el aprendizaje de la materia?	7,19	1,97
Libros de consulta en la Biblioteca o entregados al Alumno	8,90	1,88
Documentaciones accesibles en formato electrónico	9,10	1,12
Servicio de datos fijos (accesibilidad a ordenadores, calidad de los equipos, acceso a red, etc.)	8,55	1,37
Servicios de datos móviles (WIFI) (cobertura, facilidad de conexión, etc.)	8,29	1,64
Aula	7,95	2,12
Salas de Reuniones y/o Despachos	7,33	2,55
¿Ha realizado las actividades de evaluación previstas?	9,50	0,77
¿Cree que el seguimiento docente y/o la evaluación continua han servido para mejorar los resultados de la materia?	8,90	1,10
¿Valore cuantos alumnos se han presentado a la evaluación de la última convocatoria?	8,67	1,24
¿Está satisfecho con los resultados logrados en su materia en la última convocatoria cursada?	8,64	1,10

### Análisis de Datos y Conclusiones:

Los datos de participación y los propios resultados se pueden valorar como satisfactorios.

### Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## 7.8.3.2 Satisfacción del Personal Docente respecto a las Infraestructuras e Instalaciones

En el 2016 se realizó la **Encuesta dirigida al Personal Docente** con el objetivo de valorar las Infraestructuras e Instalaciones del Campus Pozuelo, cuyo índice de participación fue del 12%, lo que 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.

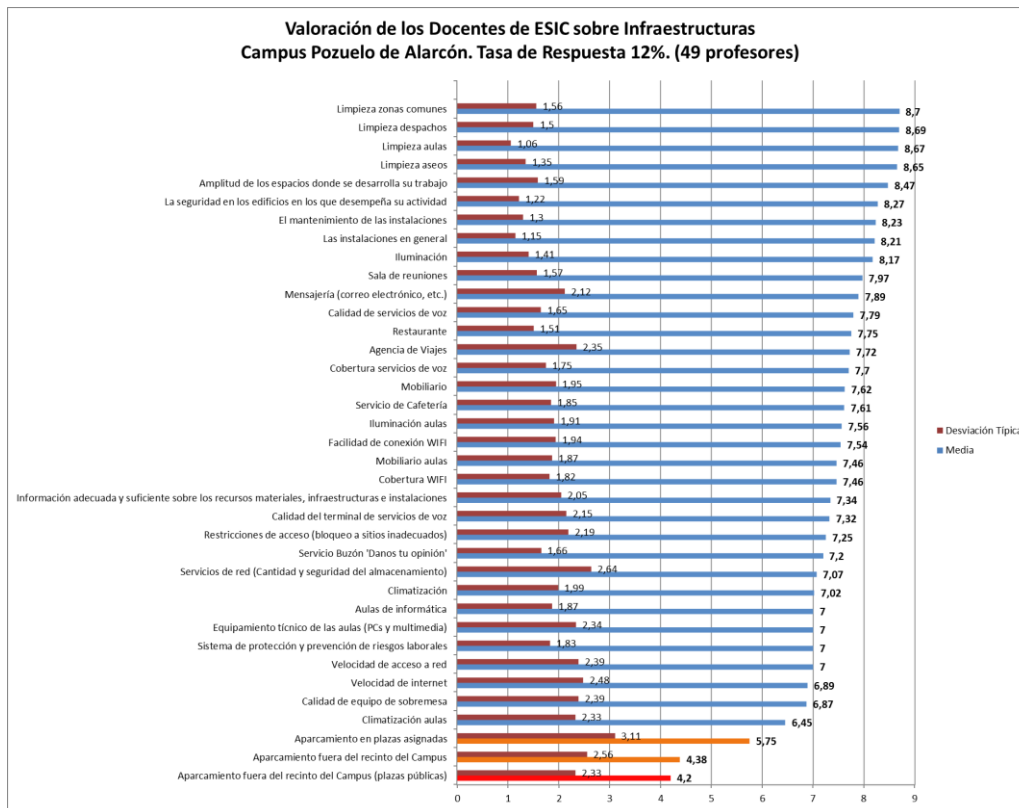
Son los últimos resultados disponibles. Está previsto que se realice la Encuesta durante el 2019

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.

Preguntas	Media	Desviación Típica
Limpieza zonas comunes	8,7	1,56
Limpieza despachos	8,69	1,5
Limpieza aulas	8,67	1,06
Limpieza aseos	8,65	1,35
Amplitud de los espacios donde se desarrolla su trabajo	8,47	1,59
La seguridad en los edificios en los que desempeña su actividad	8,27	1,22
El mantenimiento de las instalaciones	8,23	1,3
Las instalaciones en general	8,21	1,15
Iluminación	8,17	1,41
Sala de reuniones	7,97	1,57
Mensajería (correo electrónico, etc.)	7,89	2,12
Calidad de servicios de voz	7,79	1,65
Restaurante	7,75	1,51
Agencia de Viajes	7,72	2,35
Cobertura servicios de voz	7,7	1,75
Mobiliario	7,62	1,95
Servicio de Cafetería	7,61	1,85
Iluminación aulas	7,56	1,91
Facilidad de conexión WIFI	7,54	1,94
Cobertura WIFI	7,46	1,82
Mobiliario aulas	7,46	1,87
Información adecuada y suficiente sobre los recursos materiales, infraestructuras e instalaciones	7,34	2,05
Calidad del terminal de servicios de voz	7,32	2,15
Restricciones de acceso (bloqueo a sitios inadecuados)	7,25	2,19
Servicio Buzón 'Danos tu opinión'	7,2	1,66
Servicios de red (Cantidad y seguridad del almacenamiento)	7,07	2,64
Climatización	7,02	1,99
Velocidad de acceso a red	7	2,39
Sistema de protección y prevención de riesgos laborales	7	1,83
Equipamiento técnico de las aulas (PCs y multimedia)	7	2,34
Aulas de informática	7	1,87
Velocidad de internet	6,89	2,48
Calidad de equipo de sobremesa	6,87	2,39
Climatización aulas	6,45	2,33
Aparcamiento en plazas asignadas	5,75	3,11
Aparcamiento fuera del recinto del Campus	4,38	2,56
Aparcamiento fuera del recinto del Campus (plazas públicas)	4,2	2,33

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School



## Análisis de Datos y Conclusiones:

Aunque la tasa de respuesta de la encuesta dirigida al Personal Docente sobre la valoración de Infraestructuras e Instalaciones del Campus Pozuelo, no es representativa, por el bajo nivel de participación en la misma, no obstante, consideramos que los datos que arroja son positivos, con una satisfacción media del 7,40. Se hace notar que los ítems con peor valoración (por debajo del 5) son los relativos al aparcamiento fuera del recinto del Campus. En este punto señalamos que las zonas de aparcamiento ORA del Ayuntamiento, así como la actividad diaria de ESIC, con convocatorias a Master Class y diferentes eventos puede contribuir a la escasez de plazas de aparcamiento en determinados momentos del día.

## Propuestas de mejora al Indicador

**Mejora:** Realización Encuestas del Personal Docente respecto a Infraestructuras y Clima Laboral

**Causa:** No se ha realizado la encuesta al Personal no 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.GRMK.006

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

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Marketing

### (GRMK) Curso Académico 2017/2018

# ESIC Business & Marketing School

## 7.8.4 Satisfacción de Personal No Docente

### 7.8.4.1 Satisfacción del Personal No Docente respecto a la Titulación

En 2017/2018 se realiza la Encuestas de Valoración de Titulación al Personal de Administración y Servicios que aplica al Grado en Marketing, cuyo índice de participación ha sido del 58,2%, con unos resultados positivos que variaron entre el 6,18 y el 8,21 sobre 10 con opción de No Aplica (NA) y la satisfacción media (promedio de los 9 ítems incluidos en el cuestionario) del Personal de Apoyo de la Titulación del 7,35, lo que se considera resultados positivos.

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

COMUNICACIÓN Y GESTIÓN	Media	Desv. Típica
Acceso a la información sobre aspectos docentes necesaria para atender a los estudiantes (fechas y requisitos de matriculación, aulas, horarios, etc.)	7,57	2,57
Relación con los estudiantes del título	8,13	1,90
Relación con el profesorado del título	8,21	1,97
Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, de fechas de exámenes, etc.)	7,77	1,88
Gestión de los procesos administrativos comunes con la Universidad a la que el título está adscrito (disponibilidad de las actas, plazo de matriculación, etc.)	7,32	2,36
RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS	Media	Desv. Típica
Recursos materiales y tecnológicos disponibles para prestar servicios al estudiante y/o al profesorado del título	7,12	2,42
Personal de administración suficiente para atender correctamente la gestión administrativa del título	6,50	2,47
Personal de servicios suficiente (Oficina Internacional, Dpto. Prácticas, TIC, etc.) para atender correctamente a estudiantes y/o profesorado del título	6,18	3,08
Nivel de satisfacción general con la gestión de los aspectos académicos-administrativos-servicios del título	7,39	2,11

### Análisis de Datos y Conclusiones:

Alta participación del Personal No Docente, con representatividad de los datos obtenidos y valoración satisfactoria de la mayoría de las variables analizadas, con resultados mejores que el curso académico anterior. Seguimiento de aquellos aspectos cuyas desviaciones son superiores a 2,5.

### Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

### 7.8.4.2 Satisfacción del Personal No Docente respecto a las Infraestructuras y Clima Laboral

Durante el 2016 se diseñó e implementó una **Encuesta dirigida al Personal de Apoyo** con el objetivo de valorar las Infraestructuras y Clima Laboral del Campus Pozuelo, cuyo índice de participación fue del 63%, y la satisfacción media (promedio de los 37 ítems incluidos en el cuestionario) respecto a las Infraestructuras se situó sobre el 6,96. Respecto al Clima Laboral (promedio de los 30 ítems incluidos en la encuesta) se obtuvo un 7,39.

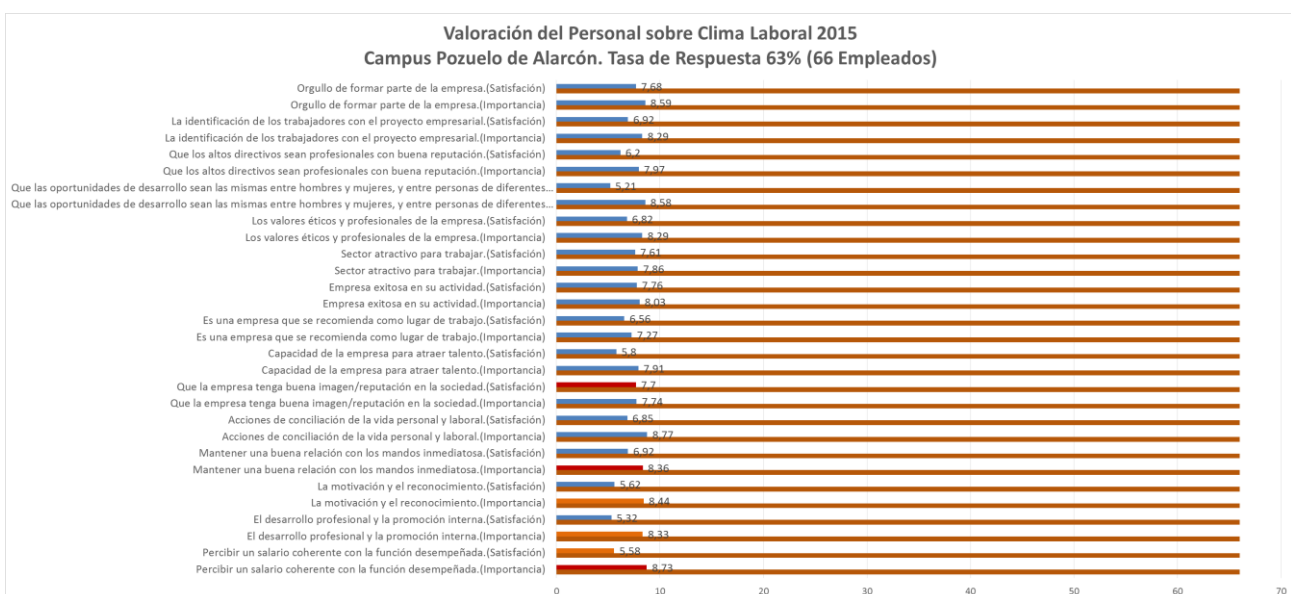
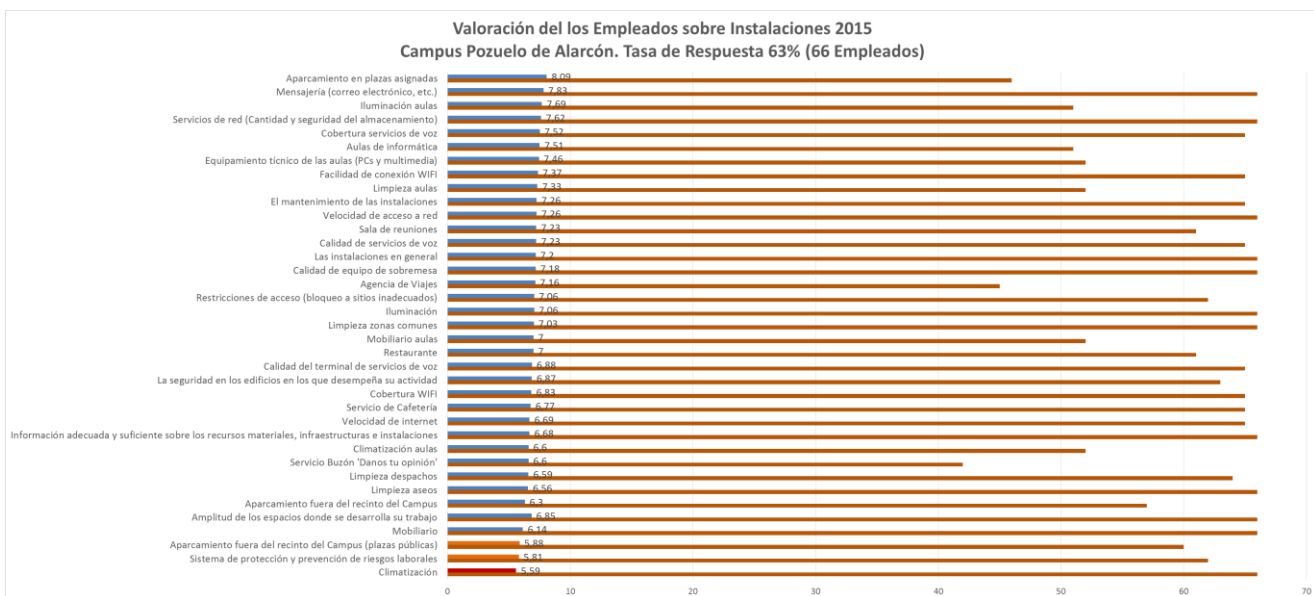
Son los últimos resultados disponibles. Está previsto que se realice la Encuesta durante el 2019

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.

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

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.



Existen algunos aspectos a mejorar como mobiliario, aparcamiento, climatización, wifi, etc. que habrá que analizar en su evolución temporal. Seguimiento en el tiempo de los indicadores para ver su evolución.

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

## **Propuestas de Mejora al Indicador**

**Mejora:** Realización Encuestas del Personal no Docente respecto a Infraestructuras y Clima Laboral

**Causa:** No se ha realizado la encuesta al Personal no 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.GRADE.007

**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.

### **Análisis de Datos y Conclusiones:**

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

### **Propuestas de Mejoras al Indicador**

No procede

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

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

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

En el curso 2017/2018 se pone en marcha la encuesta a través de la Plataforma de la Unidad de Desarrollo Profesional (UDP).

La tasa de respuesta ha sido de 37,00% lo que significa un incremento del 266% con respecto al curso anterior. Dicha tasa no se considera suficiente al no superar el índice mínimo establecido (50,0%), aunque se procede a analizar los datos obtenidos.

En dicha encuesta se valoran 36 ítems en escala del 1 a 10 la encuesta. La media global ha sido de 8,11 lo que supone un incremento del grado de satisfacción global del 4,65%, por lo que se consideran resultados adecuados.

La encuesta está dividida en 6 bloques y se especifica las medias obtenidas en cada bloque:

	2016-17	2017-18	Variación
Información y asignación de los programas de prácticas externas	6,6	7,5	13,6%
Empresa o institución donde se desarrollan las prácticas	8,1	8,5	4,9%
Tutor Académico de ESIC (Prácticas Curriculares)	8,2	8,1	-1,2%
Tutor externo	8,3	8,3	0,0%
Formación adquirida	7,8	8,3	6,4%
Valoraciones generales	8,1	8,3	2,5%

El aspecto cuya media se sitúa por debajo de 7 es: "Compatibilidad de las prácticas externas con las obligaciones académicas presenciales en la Universidad", aunque cabe destacar que la desviación típica está por encima de 2,5 lo que se considera que las respuestas obtenidas a esta pregunta son dispersas y por tanto no homogéneas del grupo encuestado.

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

**Análisis de Datos y Conclusiones:**

Aunque la participación ha experimentado una mejora considerable respecto a años anteriores, y los propios resultados también son positivos, no podemos considerar los datos como representativos ya que no cumplen con la ratio del 50% de participación. Continuar trabajando en la misma línea.

**Propuestas de Mejoras al Indicador:**

No procede.

**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 Grado en Marketing, durante el 2017/2018. Al igual que en las encuestas realizadas al alumnado, se han realizado a través de la plataforma de la Unidad de Desarrollo Profesional (UDP)

La Tasa de Respuesta ha sido del 21,00% aunque no se considera representativa al no superar el mínimo establecido (50,0%), se procede a analizar los resultados obtenidos.

Las valoraciones que han dado los Tutores Externos en la encuesta a las preguntas planteadas, han alcanzado medias desde 6,38 hasta 8,86, en una encuesta de valoraciones de 1 a 10. El promedio global de los 13 ítems ha sido de 8,15.

Los aspectos mejor valorados, con medias superiores a 8,4, han sido “La adaptación e integración del alumno/s a la empresa / entidad ha sido adecuada, De forma global exprese el grado de utilidad del trabajo realizado por el personal en prácticas de ESIC, y Perfil del Candidato”, todos ellos con desviaciones bajas, lo que se considera representativo del grupo encuestado.

Por otro lado, la variable cuya media ha sido inferior a 7 ha sido: “Referencias de anteriores alumnos en prácticas de ESIC” cuya desviación supera el índice de 2,5, alcanzando el 3,12 lo que indica la dispersión referente a las opiniones del grupo encuestado.

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



# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Marketing

### (GRMK) Curso Académico 2017/2018

# ESIC Business & Marketing School

Valoraciones generales de satisfacción	Media	Desviación
La adaptación e integración del alumno/s a la empresa / entidad ha sido adecuada:	8,86	1,15
La relación entre la formación académica del estudiante y las actividades a desarrollar en las prácticas fueron adecuadas	8,05	1,02
La duración de las prácticas es adecuada	8,33	1,20
Valore los sistemas de evaluación aplicados a la práctica	7,95	0,97
De forma global exprese el grado de utilidad del trabajo realizado por el personal en prácticas de ESIC	8,52	1,17
<b>Indique de los siguientes factores que determinaron la contratación en prácticas de alumnos de ESIC frente a candidatos de otras Universidades</b>		
	Media	Desviación
Perfil del Candidato	8,67	1,11
Referencias de anteriores alumnos en prácticas de ESIC	6,38	3,12
Formación del Candidato (Titulación cursada)	8,00	1,18
Resolución del Candidato en las pruebas de acceso a la Práctica	8,33	1,68
<b>Valoración del departamento de prácticas</b>		
	Media	Desviación
La información recibida	8,10	1,26
La atención prestada	8,38	1,02
La gestión administrativa	8,10	1,34
Satisfacción general con el Departamento	8,29	1,15

#### **Análisis de Datos y Conclusiones:**

Los datos facilitados no son representativos dada la escasa participación.

Cabe destacar que el ítem cuya media se sitúa por debajo de 7 desprende una dispersión superando el índice 2,5 lo que indica que no es una opinión homogénea del grupo encuestado.

#### **Propuestas de Mejoras al Indicador:**

No procede.

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

### 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 Grado en Marketing, durante el curso académico 2017/2018.

La Tasa de Respuesta ha sido del 73,33%, (11 respuestas sobre un total de 15), lo que se considera una tasa elevada y por tanto representativa.

Las valoraciones que han dado los Tutores Académicos en la encuesta a las preguntas planteadas han alcanzado medias desde 6,27, hasta 9,09, en una encuesta de valoraciones de 1 a 10. El promedio global de los 11 ítems ha sido de 8,45.

Los aspectos mejor valorados, con medias superiores a 9,0, han sido aquellos ítems relacionados con el grado de satisfacción con el Dpto. de Prácticas de ESIC, sobre la atención y la gestión administrativa.

Cabe destacar que el aspecto cuya media está por debajo del 7, ha sido referente a la adecuada coordinación con el Tutor/a Externo/a (Empresa/Institución), dado que es el Departamento de Prácticas quien establece el contacto con el mismo y no el propio Tutor Académico, es un resultado esperado.

Ninguno de los ítems supera el indicador de desviaciones superiores a 2,5 por lo que se consideran respuestas representativas.

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

Valoraciones generales de satisfacción	Media	Desv. Típica
La información facilitada para la correcta tutorización de las prácticas	8,45	0,93
La relación entre la formación académica del estudiante y las actividades a desarrollar en las prácticas	8,45	0,93
La adecuada adquisición y desarrollo de competencias profesionales para el estudiante en sus prácticas	8,45	1,21
La duración de las prácticas ha sido adecuada	8,55	1,44
El periodo de realización de las prácticas ha sido adecuado	8,45	1,13
Adecuada coordinación con el tutor externo (empresa)	6,27	3,52
De forma global, exprese su satisfacción con las prácticas realizadas por el alumnado	8,36	1,12
Valore los sistemas de evaluación aplicados (memoria final del alumno, control de asistencia, etc.)	8,82	0,87
De forma global, exprese su grado de satisfacción con el Dpto. de Prácticas de ESIC	Media	Desv. Típica
La información recibida	8,91	0,70
La atención recibida	9,09	0,70
La gestión administrativa	9,09	0,94

### Análisis de Datos y Conclusiones:

Tanto la tasa de respuesta como las propias valoraciones son muy buenas, por lo que se consideran resultados muy satisfactorios.

### Propuestas de Mejoras al Indicador:

No procede.

### **7.8.7 Satisfacción Programas de Movilidad**

Con respecto a la satisfacción de diferentes Grupos de Interés en Movilidad, se realiza una encuesta con el objetivo de conocer el grado de satisfacción.

#### **7.8.7.1 Satisfacción Movilidad Incoming**

La encuesta se realiza a alumnos/as de programas de movilidad incoming, del Grado en Marketing, 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.

La Tasa de Respuesta ha sido del 48,28% (14 respuestas de un total de 29), aunque no se alcance la tasa de respuesta mínima establecida (50,0%), se aproxima mucho y por tanto se procede a analizar los datos.

En la encuesta se valoran, entre 1 y 10, los diferentes aspectos agrupados en 5 bloques

	Media	Desviación
Aspectos Generales	6,67	2,52
Oficina Internacional de ESIC	6,84	2,80
Programa Académico	6,59	2,89
Otros Servicios	7,91	1,90
Experiencia Internacional en ESIC	7,07	2,94

Los aspectos mejor valorados, con medias iguales o superiores a 8 han sido: "Atención (trato, disponibilidad) antes de venir, Atención (trato, disponibilidad) en la biblioteca, Atención (trato, disponibilidad) en la cafetería / comedor". Todas ellas con desviaciones inferiores a 2,5, lo que se considera respuestas homogéneas del grupo encuestado.

En líneas generales, los alumnos de movilidad, han valorado muy positivamente los ítems encuestados.

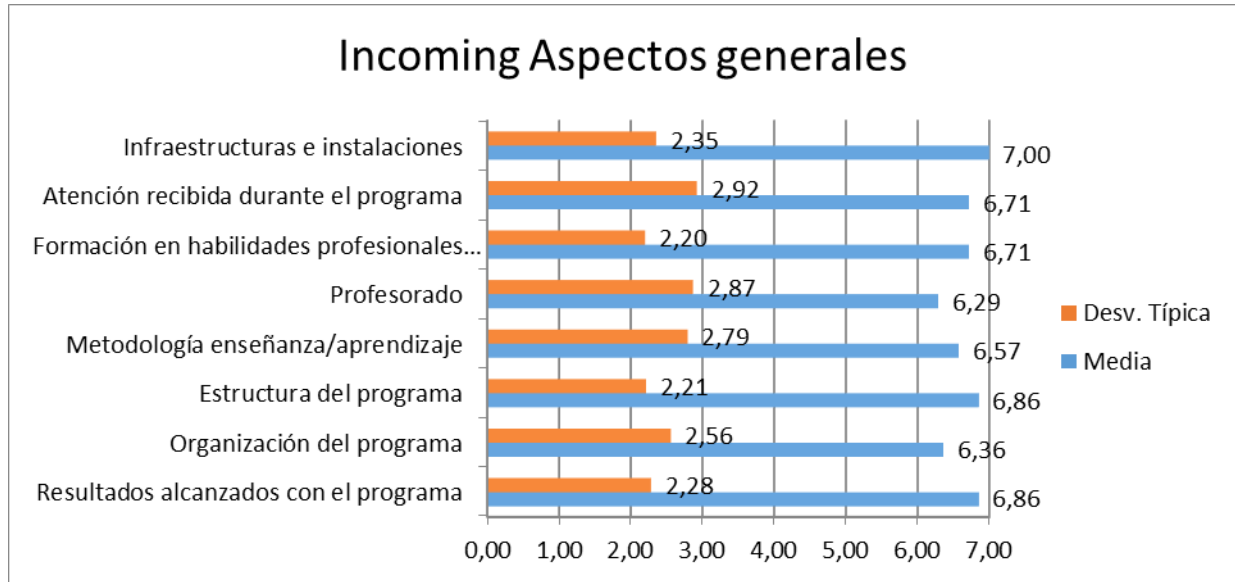
Las variables con medias inferiores a 6, ha sido: "International Study Buddy Experience," y con desviación típica superior a 2,5, lo que se consideran respuestas dispersas. Dicho resultado es esperable dado que no todos los estudiantes se acogen al programa de Study Buddy Experience

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

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018

## ESIC Business & Marketing School

Aspectos Generales del Primer Semestre 2017/2018:



### Análisis de Datos y Conclusiones:

Es necesario continuar con el seguimiento temporal de las variables con menor índice de satisfacción de cara a implementar acciones de mejora en el tiempo

### Propuestas de Mejoras al Indicador:

No procede.

#### 7.8.7.2 Satisfacción Movilidad Outgoing

La encuesta se realiza a alumnos/as de programas de movilidad outgoing, del Grado en Marketing, para conocer su grado de satisfacción, tanto en el primer semestre como en el segundo, es decir a la finalización del programa de movilidad.

La Tasa de Respuesta ha sido de 45,83% aunque no alcanza el mínimo establecido (50,0%), se aproxima bastante. Se procede a analizar los datos obtenidos.

En la encuesta se valoran, entre 1 y 10, los diferentes aspectos agrupados en 5 bloques

	Media	Desviación
Aspectos Generales	7,97	1,64
Oficina Internacional de ESIC	8,89	1,34
Coordinación académica	8,27	1,31
Estancia internacional	8,76	1,80
Valorar la atención (trato, disponibilidad, apoyo) de:	7,42	2,33

Los aspectos mejor valorados, con medias iguales o superiores a 8,5, han sido: "Infraestructuras e instalaciones, Atención (trato, disponibilidad) antes de salir, Atención (trato, disponibilidad) durante la asistencia, Atención (trato, disponibilidad) después de la asistencia, Información (trámites, destino),

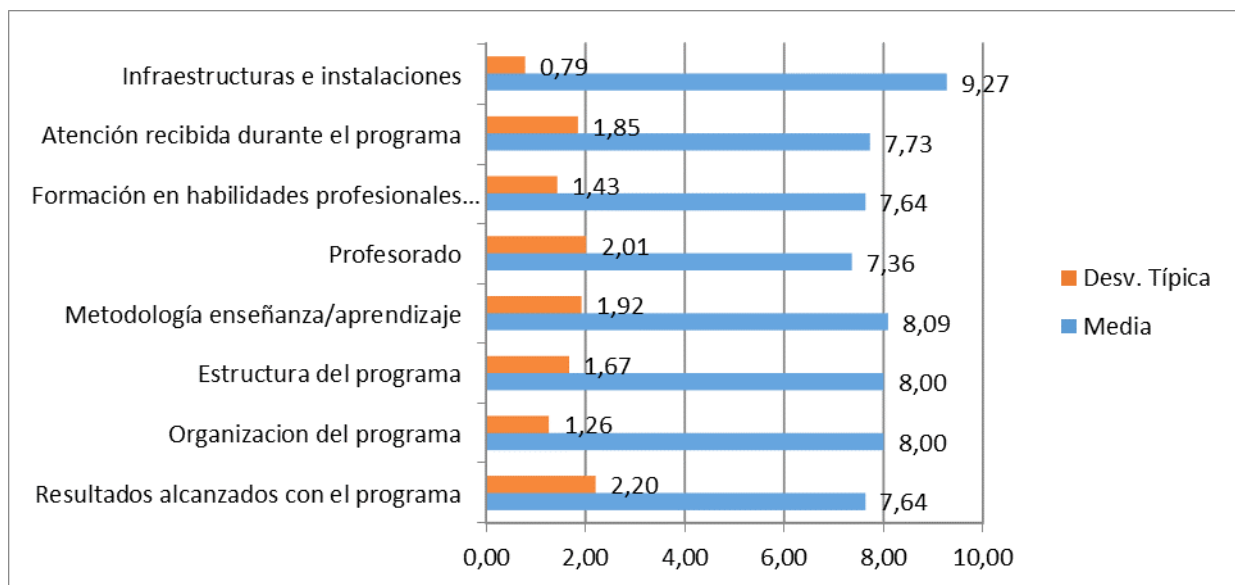
# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2017/2018 ESIC Business & Marketing School

Valorar la utilidad de la experiencia en su conjunto, y Recomendarías el programa académico a futuros alumnos”. Todas ellas con desviaciones inferiores a 2,5, lo que se considera respuestas homogéneas del grupo encuestado.

En líneas generales los estudiantes outgoing que han realizado alguna estancia internacional han valorado muy positivamente los ítems encuestados. Cabe destacar que, **de los 20 ítems encuestados el 65% de ellos han sido valorados con medias iguales o superiores a 8** y el 90% con desviaciones típicas inferiores a 2,5 por lo que son respuestas homogéneas del grupo encuestado.

La variable con media inferior a 7 (6,64), ha sido: “Los profesores de la universidad de destino” y cuya desviación típica es inferior a 2,5, por lo que no son respuestas dispersas.

Aspectos Generales 2017/2018:



### Análisis de Datos y Conclusiones:

La tasa de respuesta todavía no alcanza el 50% pero se ha incrementado de manera sustancial y los datos arrojados, pese a tener que tomarse como no representativos, se pueden considerar como satisfactorios. Dada la buena evolución, se considera necesario continuar con las mejoras planteadas.

### Propuestas de Mejoras al Indicador:

No procede.

#### **7.8.7.3 Satisfacción Movilidad Personal Docente en Programas de Docencia**

La encuesta se realiza a Profesorado del Grado que ha realizado alguna estancia internacional durante el curso 2017/2018, para conocer su grado de satisfacción.

La Tasa de Respuesta, del profesorado del Grado Oficial en Marketing, modalidad en castellano ha sido del 80,0% y de la modalidad en inglés ha sido del 100% teniendo en cuenta que del profesorado que ha realizado alguna estancia internacional sólo aplica 1 docente a la modalidad en inglés.

A continuación, se procede al análisis de los datos obtenidos.

En la encuesta se valoran, entre 1 y 10, los diferentes aspectos agrupados en 5 bloques

	Media	Desviación
Aspectos Generales	9,00	0,66
Oficina Internacional de ESIC	9,75	0,50
Estancia internacional	9,33	0,86
Valorar la atención (trato, disponibilidad, apoyo) de:	9,08	0,63

#### **Análisis de Datos y Conclusiones:**

Los resultados obtenidos en las diferentes variables valoradas se consideran muy positivos, ya que ninguna de ellas ha obtenido medias inferiores a 8,25 y cuyas desviaciones son inferiores a 2,5 lo que se consideran respuestas no dispersas y por tanto homogéneas del grupo encuestado.

#### **Propuestas de Mejoras al Indicador:**

No procede

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

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

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

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

#### **INFORME DEL DISEÑO DE ANECA 2009**

No se recoge ninguna solicitud de mejora.

# Informe Seguimiento de Mejoras Propuestas

## Grado en Marketing

### Campus Madrid 2017/2018

#### INFORME DE SEGUIMIENTO DE ACAP 2012

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

#### Información pública ofrecida por el título en su página web

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

**Grado de Implantación:** La evaluación resultó favorable como indica la evaluación de la Aneca. [http://srv.aneca.es/ListadoTitulos/sites/default/files/informes/verificacion/InformeFinal\\_1087-2009.pdf](http://srv.aneca.es/ListadoTitulos/sites/default/files/informes/verificacion/InformeFinal_1087-2009.pdf)

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

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

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

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

#### Información pública

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

**Grado de Implantación:** La evaluación resultó favorable como indica la evaluación de la Aneca. [http://srv.aneca.es/ListadoTitulos/sites/default/files/informes/verificacion/InformeFinal\\_1087-2009.pdf](http://srv.aneca.es/ListadoTitulos/sites/default/files/informes/verificacion/InformeFinal_1087-2009.pdf)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

# Informe Seguimiento de Mejoras Propuestas

## Grado en Marketing

### Campus Madrid 2017/2018

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

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

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

#### **Autoinforme**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



# Informe Seguimiento de Mejoras Propuestas

## Grado en Marketing

### Campus Madrid 2017/2018

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

#### INFORME FINAL DE RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN. FUNDACIÓN MADRI+D 2017

Durante el curso 2017/2018 el Grado en Marketing pasó el primer proceso de renovación de la Acreditación, el cual fue favorable. El Informe final de la Reacreditación está publicado en la web corporativa del Título y se puede ver el detalle del mismo en el siguiente link: [https://www.esic.edu/pdf/Informe\\_Definitivo\\_Grado\\_en\\_Marketing\\_Grado\\_URJC\\_Acreditacion.pdf](https://www.esic.edu/pdf/Informe_Definitivo_Grado_en_Marketing_Grado_URJC_Acreditacion.pdf)

Cabe destacar que no hubo ninguna modificación necesaria a realizar por parte de ESIC. A continuación, se desglosan las recomendaciones aportadas por el Panel externo y el grado de implantación de las mismas.

- Formalizar la Coordinación Horizontal y Vertical

**Grado de Implantación.** Realizado. Existe la Política de Coordinación Docente y la cual está publicada en la web del Título, dentro del menú Garantía de Calidad y Seguimiento del Título y se puede ver en el siguiente link:

<https://www.esic.edu/calidad/pdf/politica-de-coordinacion-docente.pdf>

- Procedimiento para incrementar la actividad investigadora

**Grado de Implantación.** Realizado. Se pone en marcha el Plan Anual de Investigación de ESIC, con el objetivo básico de "Impulsar la Investigación para consolidar nuestra cercanía con el mundo empresarial, ser un jugador internacional en Marketing y Economía Digital, y apoyar la empleabilidad de nuestros alumnos.

Se puede ver el Plan anual de Investigación en el siguiente link:

[https://www.esic.edu/investigacion\\_esic.php?lang=E&s=sec15](https://www.esic.edu/investigacion_esic.php?lang=E&s=sec15)

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

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

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

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

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

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

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

- 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.

# Informe Seguimiento de Mejoras Propuestas

## Grado en Marketing

### Campus Madrid 2017/2018

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

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

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

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

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

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

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

**Grado de Implantación:** Ya existe.

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:

- 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.

Ver: [http://www.esic.edu/calidad/proyectos\\_de\\_evaluacion.php](http://www.esic.edu/calidad/proyectos_de_evaluacion.php)

# Informe Seguimiento de Mejoras Propuestas

## Grado en Marketing

### Campus Madrid 2017/2018

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.

A continuación, se presentan los Procedimientos a mejorar, detectados en la Auditoría Interna de 2017, y que fueron revisados en la Auditoría de 2018.

- Procedimiento Bienvenida y Atención al profesor. Se detecta en las Guías Docentes que el cuadro que se incluye donde se relaciona el temario con las competencias y los Sistemas de Evaluación no cumple el objetivo:

**Grado de implantación:** En la nueva edición de Guía Docente se suprime dicho cuadro y se incluye la relación de competencias y cómo van a ser evaluadas, a través de qué sistema de evaluación.

- Procedimiento Formación, Aprendizaje y Evaluación. Se detecta que una parte de las piezas de evaluación cuyo peso no es más del 10% no está sistematizado su registro. Se detecta en alguna asignatura desviación en los sistemas de evaluación frente a la Memoria del Título.

**Grado de implantación:** Se plantean nuevas actividades dentro de ese porcentaje del 10% que permita su registro a través de Moodle.

Se revisan las Guías Docentes según la Memoria vigente del Título.

- Procedimiento Formación, Aprendizaje y Evaluación. Se detecta que en alguna asignatura las evidencias de los trabajos obligatorios con un peso de un 20% no se han registrado.

**Grado de implantación:** Se registran todas las piezas de evaluación que forman parte de la evaluación de una asignatura.

## 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](http://www.esic.edu/calidad/proyectos_de_mejora.php)

### 9.1 Mejoras implantadas durante el 2018

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

- 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 implantado durante 2017/2018 por Título son:

**Mejora:** Solicitar una nueva modalidad del Grado en Marketing en inglés.

**Causa:** Dado el interés demostrado en otras Titulaciones impartidas en dicha modalidad.

**Acciones a Desarrollar:** Solicitar a la URJC y posteriormente a la Fundación Madri+D la impartición del Grado en Marketing en inglés.

**Responsables:** Unidad de Diseño de Títulos y Comisión de Titulación del Grado.

**Procedencia de la Mejora:** Comisión de Titulación

**Área de aplicación:** Título Grado en Marketing

**Tiempo Realización:** 2017/2018

**Código:** 2017.MEMORIA.GRMK.001

**Indicador:** Aprobación o no por parte de la URJC y de la Fundación Madri+D.

**Grado de Implantación.** Realizado. Para el curso 2018/2019 se implanta la modalidad en inglés del Título, aprobada por la Fundación Madri+d. El informe definitivo se puede ver en el siguiente link:

[https://www.esic.edu/pdf/informe\\_final\\_4\\_GRMK\\_urjc\\_2501300\\_2018.pdf](https://www.esic.edu/pdf/informe_final_4_GRMK_urjc_2501300_2018.pdf)

# Informe Seguimiento de Mejoras Propuestas

## Grado en Marketing

### Campus Madrid 2017/2018

**Mejora:** Incrementar la tasa de Alumnos/as del Título que realizan alguna estancia en Universidades Extranjeras.

**Causa:** Promover el perfil internacional del Alumnado de la Titulación.

**Acciones a desarrollar:** Comunicar a través de plataformas específicas la disponibilidad de plazas, y el procedimiento administrativo para optar a dichas plazas.

**Responsables:** Dirección del Área de Grado, Oficina Internacional, Coordinadora Internacional de Grado.

**Procedencia de la Mejora:** Comisión de Titulación GRMK

**Área de aplicación:** Título Grado en Marketing

**Tiempo de realización:** 2016/2017 – 2017/2018

**Código:** 2016.MEMORIA.GRMK.002

**Indicador:** Análisis número de alumnos del Título en Programas de Movilidad frente al Curso Académico anterior.

**Grado de Implantación:** Se incrementa en casi un 10% los estudiantes del Grado que realizan alguna estancia internacional a través del Programa ERASMUS+ pero se seguirán haciendo acciones de refuerzo para fomentar dicha movilidad.

**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.GRMK.002

**Grado de Implantación.** Realizado. Puesta en marcha del Proyecto de Mejora del Sistema de Gestión en noviembre 2017.

Se han revisado, actualizado todos los Procedimientos del Sistema por Área, así como la creación de los procedimientos necesarios que se encuentran bajo el Sistema.

En dicho Proyecto han participado los diferentes Grupos de Interés (Profesorado, Personal, Alumnado, Alumni, Empleadores etc.)

**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 Grado en Marketing

**Tiempo Realización:** 2017/2018

**Código:** 2017.MEMORIA.GRMK.004

**Indicador:** Nº actividades investigadoras con respecto al curso anterior.

**Grado de Implantación:** Se recodifica y se propone como mejora para el curso 2018/2019.

**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.GRMK.005

**Grado de Implantación:** Realizado. Se incrementa en un 60,0% con respecto al curso anterior. Se hará seguimiento, con el objetivo de incrementar el número de docentes que realiza alguna estancia internacional.

**Mejora:** Incrementar el rendimiento de aquellas asignaturas que están por debajo del 65%.

**Causa:** Tasas de rendimiento bajas

**Acciones a Desarrollar:** Cursos de apoyo para aquellas asignaturas que así lo requieren y apoyo y seguimiento por parte de los tutores de grupo.

**Responsables:** Director del Área de Grado

**Procedencia de la Mejora:** Comisión de Titulación del Grado en Marketing

**Área de aplicación:** Título Grado en Marketing

**Tiempo Realización:** 2016/2017 – 2017/2018

**Código:** 2016.MEMORIA.GRMK.007

**Indicador:** Análisis de la tasa de rendimiento. Deben estar por encima del 65%.

**Grado de Implantación:** En proceso. Esta propuesta de mejora se declara en el Informe Anual de Titulación del curso 2015/2016 para aquellas asignaturas cuya tasa de rendimiento estaba por debajo del 65%. Se consigue mejorar dicha tasa el 75% de dichas asignaturas, aunque se supera el índice del 65% en el 25% de las mismas. Se seguirá trabajando en la misma línea con el objetivo de superar la tasa de rendimiento mínima establecida.

**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 Marketing

**Tiempo de realización:** 2017/2018

**Código:** 2017.MEMORIA.GRMK.008

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

**Grado de Implantación.** Realizado. Puesta en marcha en junio del 2018

## 9.2 Propuestas de Mejora para el 2019

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

- Diseñar programas innovadores y en actualización permanente, y otros formatos de producto, que aporten valor a los alumnos y a las empresas
- Contar con profesores, motivados y cualificados, que diseñen actividades de educación y ayuden a transformar alumnos
- Conseguir un ambiente internacional en el Área Universitaria, que favorezca un perfil más global de nuestros egresados
- Generar impacto a través de la investigación, que revierta en el aula.
- Generar impacto a través de la innovación docente, que revierta en el aula.

Las mejoras que se han propuesto para el 2019 por Título son:

**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 Grado en Marketing.

**Tiempo Realización:** 2018/2019

**Código:** 2017.MEMORIA.GRMK.003

**Indicador:** Tasa de respuesta, media y desviación

**Mejora:** Realización Encuestas del Personal Docente respecto a Infraestructuras y Clima Laboral

**Causa:** No se ha realizado la encuesta al Personal no 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.GRMK.006

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

**Mejora:** Realización Encuestas del Personal no Docente respecto a Infraestructuras y Clima Laboral

**Causa:** No se ha realizado la encuesta al Personal no 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.GRADE.007

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

**Mejora:** Incrementar el número de Doctores Acreditados en la titulación

**Causa:** Bajas ratios de profesorado acreditado

**Acciones a Desarrollar:** Plan de acreditación

**Responsables:** Decanato, Departamento de Investigación, Dirección de Titulación.

**Procedencia de la Mejora:** Comisión de Titulación

**Área de aplicación:** Título Grado en Marketing.

**Tiempo Realización:** 2018/2019 - 2019/2020

**Código:** 2018.MEMORIA.GRMK.001

**Indicador:** Número de profesores acreditados.

**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 Grado en Marketing

**Tiempo Realización:** 2019

**Código:** 2018.MEMORIA.GRMK.002

**Indicador:** N° actividades investigadoras con respecto al curso anterior.

**Mejora:** Incrementar el N° de Profesores del Título que realizan alguna estancia internacional a través de ERASMUS+

**Causa:** Seguir mejorando el ratio de profesorado del Título que realiza alguna estancia internacional.

**Acciones a Desarrollar:**

**Responsables:** Desarrollo Internacional y Oficina Internacional

**Procedencia de la Mejora:** Comisión de Titulación

**Área de aplicación:** Grado en Marketing

**Tiempo Realización:** 2018/2019

**Indicador:** N° de profesores del Título que han realizado movilidad.

**Código:** 2018.MEMORIA.GRMK.003

**Mejora:** Planificación de las Pruebas de Evaluación en cada semestre.

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

**Acciones a Desarrollar:** Creación de la Planificación Temporal de las Pruebas de Evaluación.

**Responsables:** Tutores de grupo

**Procedencia de la Mejora:** Reunión de Delegados

**Área de aplicación:** Área de Grado

**Tiempo Realización:** 2016/2017

**Código:** 2018.MEMORIA.GRMK.004

**Indicador:** Media obtenida en la variable "Distribución de los trabajos" en las encuestas de valoración de la Titulación en 2º y 4º curso con respecto al curso académico anterior.



## **10 CUADRO DE INDICADORES**

Ver información sobre indicadores en:

<https://www.esic.edu/pdf/resumen-indicadores-grmk-16-17.pdf>