



ESIC Business & Marketing School

INFORME ANUAL DE TITULACIÓN
Grado Oficial en Marketing (GRMK)
CURSO ACADÉMICO 2014/15
Comisión de Titulación
Campus Madrid

Fecha Aprobación del Informe
por parte de la Comisión de Titulación:
12/07/2016

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

Contenido del Informe

1	OBJETIVO DEL INFORME	4
2	PARA LA SOCIEDAD Y EL FUTURO ESTUDIANTE.....	5
2.1	Información previa a la matrícula.....	5
2.2	Características del plan de estudios.....	6
2.3	Justificación del título.....	6
2.4	Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos.....	7
2.5	Atribuciones profesionales del título.....	7
2.6	Competencias que caracterizan el título.....	7
2.7	Perfil de Ingreso y Egresado.....	8
2.8	Datos de Matrícula.....	9
2.8.1	Plazas de nuevo ingreso ofertadas.....	9
2.8.2	Número de alumnos matriculados y Bajas.....	9
3	PARA EL ESTUDIANTE.....	10
3.1	Guías docentes.....	10
3.2	Planificación temporal del despliegue del plan de estudios.....	11
3.2.1	Cambios introducidos en el Plan de Estudios (Mejoras implantadas).....	11
3.2.2	Grado de cumplimiento.....	12
3.3	Información relativa a la extinción del plan antiguo.....	13
3.4	Programas de movilidad.....	13
3.4.1	Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación.....	13
3.5	Orientación Profesional de la Titulación.....	14
3.5.1	Ratios de Orientación Profesional por curso en la Titulación.....	15
3.6	Prácticas Profesionales.....	16
3.7	Inserción laboral de los egresados.....	17
3.7.1	Ratios de Inserción por Actividades Profesionales.....	18
3.8	Otros.....	19
3.8.1	Premios a la Excelencia.....	19
3.8.2	Seguimiento muy cercano alumnos 1ºy 2º Cursos.....	19
3.8.3	Participación de alumnos en los diferente Concursos y Premios.....	19
3.8.4	Aula Multimedia.....	20
4	PROFESORADO	21
4.1	Categoría del Profesorado.....	21
4.2	Actividad investigadora.....	22
4.3	Calidad del Profesorado.....	24
4.4	Programas de Movilidad del Profesorado.....	25
5	OTROS RECURSOS	26
5.1	Recursos físicos.....	26
5.2	Recursos humanos (PAS).....	27
6	MEMORIA DE ACTIVIDADES.....	28
6.1	Actividades desarrolladas.....	28

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

7	GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD EN LA TITULACIÓN.....	31
7.1	Procedimientos (Mapa de Procesos)	31
7.2	Políticas/Procedimientos/Manuales	32
7.3	Comisión de la Titulación.....	33
7.4	Comité Académico de Grado	36
7.5	Reuniones otros equipos	36
7.6	Evaluación del Aprendizaje.....	39
7.6.1	Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento	39
7.6.2	Análisis Evaluación del Aprendizaje	40
7.6.3	Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación)	41
7.6.4	Evaluación de las Competencias del Título	43
7.6.5	Evaluación de las Competencias a Nivel MECES.....	47
7.7	Gestión de sugerencias y reclamaciones	49
7.7.1	Reconocimientos por Titulación (Quejas, Felicitaciones o Sugerencias)	49
7.8	Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés.....	50
7.8.1	Satisfacción de los Alumnos.....	50
7.8.2	Satisfacción de Egresados.....	51
7.8.3	Satisfacción de Personal Docente	53
7.8.3.1	<i>Satisfacción del Personal Docente respecto a la Titulación.....</i>	<i>53</i>
7.8.3.2	<i>Satisfacción del Personal Docente respecto a las Infraestructuras e Instalaciones.....</i>	<i>54</i>
7.8.4	Satisfacción de Personal No Docente	55
7.8.4.1	<i>Satisfacción del Personal No Docente respecto a la Titulación.....</i>	<i>55</i>
7.8.4.2	<i>Satisfacción del Personal No Docente respecto a las Infraestructuras y Clima Laboral.....</i>	<i>56</i>
7.8.5	Satisfacción Agentes Externos	57
7.8.6	Satisfacción Prácticas Profesionales.....	58
7.8.7	Satisfacción Programas de Movilidad	59
8	RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA (PROPIOS Y OFICIALES). GRADO DE IMPLANTACIÓN.	60
9	PROPUESTAS DE MEJORA PARA CURSO SIGUIENTE	64
9.1.1	Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2014/2015.....	64
9.1.2	Mejoras implantadas en cursos anteriores	66
9.1.3	Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2015/2016	67
10	CUADRO DE INDICADORES	69

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

1 Objetivo del Informe

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

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

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

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

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

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2014/15 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

Vía de acceso al Primer Curso

	2009-10	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15
BACHILLERATO HOMOLOGADO	-	-	-	-	-	0,92%
FP DE 2º GRADO O MODULO III	8,64%	2,50%	8,93%	7,06%	5,34 %	2,75%
MAYORES DE 25 AÑOS	-	-	-	2.35%	0.00%	0.00%
SELECTIVIDAD, PAU (TODOS LOS TIPOS DE SELECTIVIDAD)	91,36%	97,50%	87,50%	85,88%	83,97%	91,74%
TRASLADO DESDE LOS MISMOS ESTUDIOS	-	-	3,57%	4,71%	10,69%	4,59%
TOTAL GENERAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

(Nota: Desglose por año académico de referencia)
Fuente Secretaría General de ESIC

Nota media de acceso (PAU)

2010-11		2011-12		2012-13		2013-14		2014-15	
JUNIO	SEPTIEMBRE								
6,66	5,98	6,92	5,86	7,00	6,29	6,25	5,94	7,47	6,26

(Nota: Desglose por año académico de referencia)
Fuente Secretaría General de ESIC

Notas de corte

2010-11		2011-12		2012-13		2013-14		2014-15	
JUNIO	SEPTIEMBRE								
5,00	5,14	5,00	5,21	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00

(Nota: Desglose por año académico de referencia)
Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2014/15 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 matriculados¹ según Plan de Estudios por curso

	2013/14	2014/15	Variación
Grado Oficial en Marketing (GRMK)			
1º	230	238	3,48%
2º	204	211	3,43%
3º	163	135	-17,18%
4º	96	120	25,00%

Fuente Secretaría General de ESIC

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

Llama la atención la caída del número de matriculados en tercer curso en relación con el curso anterior. Se recomienda un análisis más en profundidad que debería tener en cuenta el impacto de los alumnos que estén matriculados en programas de movilidad para poder sacar conclusiones.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

2.3 Justificación del título

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

Relación Oferta-Demanda de la Titulación

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	Variación
Plazas Ofertadas (A)	100	100	50	130	135	135	0,00%
Plazas Demandadas (B)	121	139	116	172	140	138	-1,43%
Ratio: Relación B/A	1,21	1,39	2,32	1,27	1,04	1,02	

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se observa una caída en la demanda del Título en los dos últimos años. Se recomienda un seguimiento de este indicador.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

2.4 Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos

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

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

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

http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica_reconocimiento

	2012/13	2013/14	2014/15	Variación
Nº Traslado de Expedientes	12	28	13	-53,57%

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se observa una caída en el traslado de expedientes con respecto al año anterior. Se sugiere seguimiento de los datos en los próximos 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

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 2014/15 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 *

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	Variación (Puntos Porcentuales)
Alumnos de nuevo ingreso: Mujeres	48,8%	43,7%	35,1%	37,2%	38,3%	33,0%	-5,3 pp
Alumnos de nuevo ingreso: Hombres	51,2%	56,3%	64,9%	62,8%	61,7%	67,0%	5,3 pp
Alumnos de nuevo ingreso de fuera de la CAM	24,4%	23,7%	16,7%	7,0%	17,2%	12,0	5,2 pp
Alumnos de nuevo ingreso: Extranjeros	1,2%	2,5%	2,6%	2,3%	0,8%	0,9%	-0,1 pp
Alumnos de nuevo ingreso matriculados a tiempo completo	100%	100%	100%	100%	100%	100%	0,0 pp

(Nota: Desglose por año académico de referencia)

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

Perfil de salida *

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

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

Tabla de Indicadores de perfil de egresado de URJC

	2009/10	2010/11	2011/12	Variación (Puntos Porcentuales)
1. DISTRIBUCIÓN DE GRADUADOS POR MODALIDAD				
TIEMPO COMPLETO	100,0%	100,0%	100,0%	0,0 pp
TIEMPO PARCIAL	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 pp
2. DISTRIBUCIÓN DE GRADUADOS POR SEXO				
HOMBRES	48,7%	58,6%	62,7%	4,1 pp
MUJERES	51,3%	41,4%	37,3%	-4,1 pp
3. DISTRIBUCIÓN DE GRADUADOS POR PAÍS DE PROCEDENCIA				
ESPAÑA	97,4%	96,5%	98,3%	1,8 pp
OTRO	2,6%	3,5%	1,7%	-1,8 pp
4. DISTRIBUCIÓN DE GRADUADOS POR EDAD				
18 AÑOS O MENORES A 18	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 pp
19 - 25	84,6%	72,4%	78,0%	5,6 pp
26 - 29	15,4%	24,2%	10,2%	-14,0 pp
30 - 39	0,0%	1,7%	1,7%	0,0 pp
40 - 45	0,0%	0,0%	5,1%	5,1 pp
46 AÑOS O MÁS	0,0%	1,7%	5,0%	3,3 pp

(Nota: Desglose por año académico cohorte de entrada)

Fuente Secretaria General de ESIC

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2014/15 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

Análisis de Datos y Conclusiones:

La Tasa de Graduación se calcula en base a la Cohorte de entrada, y se tiene en cuenta los 4 años de la Titulación + 1 año. Por eso sólo disponemos de la información de los cursos académicos analizados en la tabla. Seguimiento de los alumnos graduados en los próximos cursos académicos.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

2.8 Datos de Matrícula

2.8.1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas

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

Plazas de nuevo ingreso ofertadas

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	Variación
Número de plazas de Nuevo Ingreso ofertadas	100	100	50	130	135	135	0,0%
Número de matriculaciones de Nuevo Ingreso	81	80	112	85	131	109	-16,8%
Tasa de Cobertura: %Matriculados/plazas ofertadas	81,0%	80,0%	224%	65,4%	97,0%	80,7%	

(Nota: Desglose por año académico de referencia)
Fuente Secretaría General de ESIC

2.8.2 Número de alumnos matriculados y Bajas

	2009/10	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	Variación (Puntos Porcentuales)
Tasa de abandono	20,6%	3,8%	11,9%	13,8%	10,2%	-3,6 pp
Distribución de abandonos por sexo						
HOMBRES	42,9%	100,0%	61,5%	50,0%	66,7%	16,7 pp
MUJERES	57,1%	0,0%	38,5%	50,0%	33,3%	-16,7 pp
Distribución de abandonos por país de procedencia						
ESPAÑA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0 pp
OTRO	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 pp
Distribución de abandonos por edad						
18 años o menor de 18 años	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 pp
19 - 25	100,0%	33,3%	84,6%	91,7%	83,3%	-8,4 pp
26 - 29	0,0%	33,3%	15,4%	8,3%	16,7%	8,4 pp
30 - 39	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 pp
40 - 35	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0 pp

(Nota: Desglose por año académico cohorte de entrada)
Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Ha habido un cambio en el cálculo de la tasa de abandono, ahora se analiza la información por cohorte de entrada. No se dispone de datos para el periodo 14/15 puesto que no han pasado los dos años que tienen que transcurrir desde la matriculación para considerar las bajas.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Reducir la tasa de abandono

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

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

Responsables: Área de Grado a través de Tutores y Coordinación

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.001

3 PARA EL ESTUDIANTE

3.1 Guías docentes

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

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

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

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

http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica_plan

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

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

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.
- 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.

Mejoras implantadas en el curso académico

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

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

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

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

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

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

El SGIC de ESIC realiza un constante esfuerzo por identificar mejoras en los procedimientos, a través de los procesos de auditoría interna. Todas las mejoras identificadas son puestas en conocimiento de los grupos de interés implicados.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

3.2.2 Grado de cumplimiento

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

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

Fuente Informe de Auditoría de Audit 2014

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

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. Las becas Erasmus ofrecen intercambios con países de la UE.

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

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

3.4.1 Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación

	2012/13	2013/14	2014/15	Variación
Alumnos en movilidad por Convenio ERASMUS				
Alumnos ESIC de ERASMUS	12	22	27	22,7%
Alumnos ERASMUS en ESIC	14	16	20	25,0%
Alumnos en movilidad por Convenio MUNDE				
Alumnos ESIC en MUNDE	0	5	2	-60,0%
Alumnos MUNDE en ESIC	8	9	7	-22,2%
Total Alumnos ESIC en movilidad	12	27	29	7,4%
Total Alumnos de Movilidad en ESIC	22	25	27	8,0%
Total de Convenios Internacionales de ESIC con otras Universidades	51	59	82	39,0%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Aunque se ha incrementado el número de convenios internacionales firmados por ESIC, esto no se traslada a la cifra de movilidad de alumnos internacionales hacia ESIC.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

Propuestas de Mejoras al Indicador

Mejora: Potenciar la actuación comercial de atracción de alumnos internacionales.

Causa: Crecimiento de alumnos internacionales en ESIC

Acciones a desarrollar: Incrementar el equipo de trabajo comercial del Departamento de Relaciones Internacionales

Responsables: Área de Grado

Tiempo de realización: 2015/16

Código: 2015.Memoria.GRMK 001

3.5 Orientación Profesional de la Titulación

ESIC recoge las valoraciones sobre la **satisfacción de alumnos 2014/15 a cuestiones de orientación profesional** en su encuesta de satisfacción.

El índice de respuesta ha sido del 14% en el caso de 2º curso y del 13% en 4º curso, lo que se considera insuficiente.

TITULACIÓN Campus: Madrid	GRMK – 2º Curso 2013/14	GRMK – 2º Curso 2014/15	Variación
Despertar inquietudes emprendedoras	7,5	7,3	-2,7%
Oferta de prácticas de empresa	*	*	N/A
Formación en habilidades de directivas	7,6	7,1	-6,6%
Actividades de orientación profesional y personal	6,8	5,8	-14,7%

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

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

TITULACIÓN Campus: Madrid	GRMK – 4º Curso 2013/14	GRMK – 4º Curso 2014/15	Variación
Despertar inquietudes emprendedoras	6,9	6,9	0,0%
Oferta de prácticas de empresa	7,5	5,8	-22,7%
Formación en habilidades de directivas	7,0	5,9	-15,7%
Actividades de orientación profesional y personal	6,4	5,4	-15,6%

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

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se ha reducido la valoración de los diferentes aspectos de la encuesta. El índice de respuestas del 14% no es significativo para extrapolar la información. Se sugiere mejorar el trabajo de campo para obtener una muestra representativa, a través de los Tutores, que permita valorar la información y tomar decisiones.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

3.5.1 Ratios de Orientación Profesional por curso en la Titulación

En el área de grado de ESIC, la empleabilidad y el desarrollo profesional y directivo de nuestros alumnos, es un objetivo estratégico en un doble sentido: uno, dotando a los alumnos de todos los conocimientos y herramientas necesarias para que sean más empleables y/o tengan un mejor desarrollo profesional, y otro, ayudándoles y apoyándoles, a través de los departamentos de Prácticas y 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	2014/15	%
Grado Oficial en Marketing (GRMK)	1º	6	10,0%
	2º	10,5	17,5%
	3º	4,5	7,5%
	4º	30	50,0%
Total (GRMK)		51	21,25%
Grado Oficial en Marketing y Título Superior en Dirección Comercial	1º	21	26,9%
	2º	22,5	30,0%
	3º	12	17,8%
	4º	33	40,7%
	5º	13,5	23,1%
Total (GRMK+TSDC)		102	28,3%

Fuente Dirección Académica de Grado ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Tal y como se puede analizar en la tabla, en los últimos cursos se imparten un mayor nº de asignaturas (créditos) con 100% Orientación Profesional, preparando al alumno para su incorporación al mundo laboral.

Propuestas de Mejora al Indicador:

No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2014/15 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=practicas_externas

INDICADOR	2009-10	2010-11 ¹	2011-12 ²	2012-13 ³	2013-14	2014-15
DURACIÓN MEDIA DE LAS PRÁCTICAS (HORAS)	0,00	0,00	0,00	300 ⁴	300 ⁶	300 ⁷
VALORACIÓN ACADÉMICA PRÁCTICAS				9,89	8,61	8,65
VALORACIÓN ADECUACIÓN FORMACIÓN				8,56	8,29	8,34
CALIFICACIÓN MEDIA				9,09	8,87	8,39
Nº DE ESTUDIANTES MATRICULADOS	0,00	0,00	0,00	62,00	67,00	95,00
Nº DE ESTUDIANTES APROBADOS	0,00	0,00	0,00	57,00	62,00	80,00
Nº DE ESTUDIANTES REALIZANDO PRÁCTICAS	0,00	0,00	0,00	52,00	59,00	78,00
Nº DE ENTIDADES / EMPRESAS OFERTADAS	0,00	0,00	0,00	0,00 ⁵	0,84%	0,84%
Nº DE PLAZAS ASIGNADAS				52,00	59,00	78,00
TASA DE SUPERACIÓN	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%	100,00%	100,00%
ESTUDIANTES REALIZANDO PRACTICAS / Nº DE ESTUDIANTES MATRICULADOS	0,00%	0,00%	0,00%	84,00%	88,06%	82,11%

(Nota: Desglose por año académico de referencia)

Fuente Dpto. de Prácticas Externas de ESIC

- 1-2: Datos actualizado al no existir alumnos matriculados en prácticas curriculares.
- 3: Todos los datos se han actualizado con dos decimales.
- 4: Dato modificado de 597 a 300, por incluir horas extracurriculares.
- 5: Dato no existente.
- 6: La duración media es de 716 horas, siendo 300 curriculares y el resto extracurriculares.
- 7: La duración media es de 811 horas, siendo 300 curriculares y el resto extracurriculares.

Análisis de Datos y Conclusiones:

La calificación media se mantiene en niveles satisfactorios que indican de manera sostenida en el tiempo una correcta implementación de las Prácticas Profesionales

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 solo la trayectoria profesional del egresado antes, durante y después de la finalización del Título sino también el nivel de importancia y aplicabilidad de la formación recibida en el Título (Política de Inserción Laboral de ESIC).

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

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

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

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

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

http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=atencion_carreras

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

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

2013

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

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

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

2014

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

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

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

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

2015

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

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

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

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

3.7.1 Ratios de Inserción por Actividades Profesionales

Dado que en 2014/15 no se ha podido realizar la encuesta de Inserción laboral debido a no haber egresados que cumplan con el requisito de dichas encuestas, el cual es haber trascurrido 3 años desde su graduación, aportamos la información del último informe de Inserción Laboral de ESIC.

Dicho informe ha tenido un porcentaje de respuesta muy bajo, que no es representativo, por lo que de él no se pueden obtener conclusiones relevantes.

Un reflejo de algunos datos, indica que los egresados que encontraron su primer trabajo o cambiaron el empleo que estaban desarrollando durante el programa, lo hicieron en puestos de "Staff" (72,9%), sobre todo, en el área de "Marketing"(60,9%) y en diversos sectores, destacando los de "Marketing, Publicidad" (14,3%), Empresas de Servicios (9,0%) y Enseñanza (8,3%).

Tabla 14. Primer empleo: puesto desempeñado

	(%)
Staff	72,9
Responsable de Área	17,3
Propietario	6,0
Director Área	3,8

Tabla 15. Primer empleo: área funcional

	(%)
Marketing	60,9
Finanzas	8,3
Servicios Generales	8,3
Dirección General	3,0
Compras	2,3
Otro	17,3

Tabla 16. Primer empleo: sector

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

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

Este año, en el Informe Anual Datos y Cifras del Sistema Universitario Español realizado por el Ministerio de Educación, se aporta por primera vez, información censal de la inserción laboral de los estudiantes egresados del curso 2009-2010. En él se muestra la perspectiva de la afiliación a la Seguridad Social de los egresados y se analizan variables como el tipo de contrato, porcentaje de autónomos, tipo de jornada, grupos de cotización y otros aspectos que pueden verse en el informe completo que se encuentra en la web del Ministerio:

<http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/educacion-mecd/areas-educacion/universidades/estadisticas-informes/datos-cifras/Datos-y-Cifras-del-SUE-Curso-2014-2015.pdf>

Análisis de Datos y Conclusiones:

Al no poder realizar la encuesta no existe información para poder extraer conclusiones.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

Propuestas de Mejora al Indicador

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

Causa: El dato actual de un 52% se considera mejorable y es recomendable contrastar la información. Nuestros registros internos constatan porcentajes mucho más favorables.

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

Responsables: Departamento de Antiguos Alumnos y Carreras Profesionales

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.003

3.8 Otros

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

3.8.1 Premios a la Excelencia

Este año se ha celebrado la 3ª Edición Premios Excelencia, y como se planificó el curso pasado, se han actualizado los criterios de adjudicación de los Premios, el proceso de avales de los profesores, digitalizado la fase documental, así como en los procesos de comunicación de los Premios.

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

Los buenos resultados demuestran que tenemos un buen número de alumnos excelentes, y que los Premios han sido bien recibidos, tanto internamente como, sobre todo, a nivel de los propios alumnos y de los padres de los mismos.

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

3.8.2 Seguimiento muy cercano alumnos 1ºy 2º Cursos

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

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

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

Se realizó rápidamente el nombramiento de Tutores Académicos para que pudiesen empezar su actividad desde el primer día con un seguimiento muy cercano de las faltas de asistencia.

Se programaron al inicio del curso los “Cursos 0”, básicamente en Matemáticas y en Contabilidad. A lo largo del curso también se llevaron a cabo Cursos de Refuerzo, sobre todo, para las asignaturas cuantitativas, junto al plan “Generación de Hábitos de Estudio”, con unos resultados muy positivos.

http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=atencion_tutorizacion

3.8.3 Participación de alumnos en los diferentes Concursos y Premios

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

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

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

3.8.4 Aula Multimedia

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

Dada la escasa demanda en los interesantes cursos del aula Multimedia, se hace necesario impulsar una mejora en el plan de comunicación hacia los alumnos.

Propuestas de Mejora al Indicador

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

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

Acciones a Desarrollar: Implementar un plan de comunicación ad hoc

Responsables: Departamento de Marketing y Responsable Aula Multimedia

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.005

4 PROFESORADO

Puede visualizarse el claustro de profesores en el siguiente enlace:

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

Perfil Profesorado

	2013/14	2014/15	Variación
Total Profesores de la Titulación	39	38	-2,6%
Licenciados/Ingenieros	39	38	-2,6%
Doctores	18	23	27,8%
Doctores Acreditados	12	11	-8,3%
Tasa % Doctores Acreditados	66%	47,8%	

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se han incrementado de manera progresiva el número de Doctores en los últimos años.

Propuestas de Mejoras al Indicador

Mejora: Análisis del ratio de Doctor y Doctor Acreditado, no sólo por número, sino también por ECTS impartido en la titulación

Causa: Mejorar el análisis de este aspecto tan importante de la titulación.

Acciones a Desarrollar: Analizar ECTS impartidos por profesor y así tener el porcentaje de créditos impartidos por doctores y por doctores acreditados.

Responsables: Comisión de Titulación

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2015.MEMORIA.GRMK.002

Mejora: Acción de Fomento y Soporte para la acreditación de los Doctores con los que actualmente cuenta el centro

Causa: Mejorar el ratio de este aspecto tan importante de la titulación.

Acciones a Desarrollar: Fomento y Soporte para la acreditación de los Doctores.

Responsables: Departamento de Investigación

Tiempo Realización: Dada visión temporal amplia de esta medida, se prevé que su implementación comience en el 2016-2017

Código: 2015.MEMORIA.GRMK.003

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

4.2 Actividad investigadora

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

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

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

DATOS DEL PROFESORADO DE ESIC

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

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

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

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

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

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

Los datos del profesorado del Grado en Marketing son:

DATOS DEL PROFESORADO DE GRMK

	2014/15
Nº Notas Técnicas Publicadas	4
Nº Libros de texto/prácticas publicados	10
Nº Casos de Estudio	2
Colaboración con proyectos institucionales de Innovación y Mejora Docente	3

* Fuente Dpto. de Investigación de ESIC

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

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

	2014/15
Nº artículos publicados en Revistas científicas Nacionales	1
Nº artículos publicados en Revistas científicas Internacionales	3
Nº Comunicaciones en Congresos Nacionales	4
Nº Comunicaciones en Congresos Internacionales	7
Nº Proyectos de Investigación en los que participa el profesorado	16

* Fuente Dpto. de Investigación de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los datos referentes a Investigación muestran crecimientos importantes a nivel general de ESIC. En cuanto a Grado de Marketing no tenemos datos de años anteriores que permitan ver la evolución.

Propuestas de Mejoras al Indicador:

Mejora: Acción de Fomento y Soporte para la acreditación de los Doctores con los que actualmente cuenta el centro

Causa: Mejorar el ratio de este aspecto tan importante de la titulación.

Acciones a Desarrollar: Fomento y Soporte para la acreditación de los Doctores.

Responsables: Departamento de Investigación

Tiempo Realización: Dada visión temporal amplia de esta medida, se prevé que su implementación comience en el 2016-2017

Código: 2015.MEMORIA.GRMK.003

4.3 Calidad del Profesorado:

ESIC busca mejorar la Percepción de la Calidad del Profesorado.

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

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

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

Del total de profesorado auditado, 20 impartían clase en el Grado Oficial en Marketing, de los cuales 7 fueron evaluados con una nota final de **EXCELENTE**, 9 con **NOTABLE**, 3 con **BIEN** y tan solo 1 con **MEJORABLE**.

El informe completo puede verse en la web de ESIC:

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se ve una evolución favorable y un contraste de los mismos a través de Docencia. Continuar en la misma línea.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

4.4 Programas de Movilidad del Profesorado

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

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

Fuente Oficina Internacional de ESIC

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

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

Escasa movilidad del Personal Docente. Se sugiere un seguimiento de los datos para el curso 2015/16 con el objetivo de fomentar la movilidad del Personal Docente.

Propuestas de Mejoras al Indicador

Mejora: Incrementar el Nº de Profesores en Programas de Movilidad

Causa: Bajada considerable de Profesores en dichos programas

Acciones a Desarrollar: Envío de convocatoria con nº de plazas disponibles.

Responsables: Oficina Internacional

Tiempo Realización: 2015/16

Código: 2015.MEMORIA.GRMK.004

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
- Departamento de Prácticas en Empresa y Carreras Profesionales
- Departamento de Antiguos alumnos
- Departamento de Investigación
- Departamento de ESIC Emprendedores
- Oficina Internacional
- Biblioteca física y virtual
- Aula Multimedia
- Editorial y Venta de Libros
- ESIC Idiomas
- TIC
- Cafetería y Autoservicio comedor y comedores privados
- Agencia de Viajes
- Servicio de Reprografía
- Capilla

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

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Algunas mejoras realizadas sobre las Instalaciones del Campus han sido:

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

Además ESIC pone a disposición del alumno:

<http://www.esic.edu/es/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.

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

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

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

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

6 MEMORIA DE ACTIVIDADES

6.1 Actividades desarrolladas

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

Actividades Singulares

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Actividades Internas

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

Actividades Externas

- “Mesías”: Inteligencia de Marca España, a iniciativa del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. Con la Dirección y Coordinación del Director del Dpto. de Dirección de Marketing. 10 Directores de Célula y más de 120 personas implicadas (bastantes de ellos del Área Académica de Grado).
- 11ª edición Premios ESIC-CREA.
- 11ª edición Premios Plan de Marketing en el Sector Hotelero (CAREM)
- 7ª edición Premio ESIC a la Iniciativa Emprendedora (Fundación Caixa). Asignatura Creación de Empresas.
- 2ª Edición Premio a la mejor Iniciativa Emprendedora en TFG (Fundación Caixa). Se resolverá en septiembre.
- Organización y Coordinación de la 8ª Edición Premios ESIC a la Investigación en Marketing (AEDEM 15).
- Organización y Coordinación de la 8ª Edición Premios ESIC a la Investigación en Administración de Empresas (AEDEM 15).
- II Symposium “Inteligencia aplicada al Marketing Turístico” organizado por ESIC Valencia (Julio 2015).
- Programa AKADEMIA (Fundación Bankinter). Curso de un año, para 30 alumnos seleccionados (Premios a la Excelencia) sobre Innovación y Emprendimiento.
- “Finanzas para mortales”. Con Banco Santander. Participación 148 alumnos de GRADE y GRMK.
- Participación en “Hoy es Marketing”.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

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

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

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

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

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

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

7.1 Procedimientos (Mapa de Procesos)

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

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

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

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

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

7.2 Políticas/Procedimientos/Manuales

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

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

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

Nuevas Ediciones:

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

Nuevos Documentos:

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

Análisis de Datos y Conclusiones

Dentro del proceso de mejora continua, se han actualizado manuales y procedimientos.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

7.3 Comisión de la Titulación

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

Podrá verse más información en la web:

<http://www.esic.edu/pdf/comisiones-titulacion-esic-madrid-grado-14-15.pdf>

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

Acta de Reunión de Comisión de Titulación

Acta 1

Fecha: 25/03/2015. 15:00/16:00

Miembros de Comité (Nombre y Puesto)

Asistentes:

D. Segundo Huarte (Vicedecano de Grado); D^a. Susana Valle (Personal PAS)

D^a. M^a Jesús Merino (Directora de la Titulación)

D. Isidoro Embid (Coordinador de la Titulación)

Profesores/Tutores: D. José María Cubillo, D. Mariano Méndez y D^a. Ruth Fernández

Representante de Alumnos: D. Juan Antonio Molina y D^a. Sofía Huertas

Otros asistentes: D^a. Gracia Serrano (Responsable de la Unidad de Calidad de ESIC) y D. Manuel Cantero, del área técnica del Seguimiento de Títulos

Ausencia justificada de D^a. Mencía de Garcillán (Experto externo)

Temas a tratar:

Sin temas pendientes (seguimiento)

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

Constitución de la Comisión

- Constitución y publicación en la página web de ESIC

Objetivos de la Comisión

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

Sistema de Evaluación DOCENTIA y Modelos de Calidad

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Informes: Seguimiento (URJC) y Anual (ESIC)

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

Aspectos a tener en cuenta

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

Líneas de actuación

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

Acta 2

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

Miembros de Comité (Nombre y Puesto)

Asistentes:

D. Segundo Huarte (Vicedecano de Grado); D^a. Susana Valle (Personal PAS)

D^a. M^a Jesús Merino (Directora de la Titulación)

Profesores/Tutores: D. Mariano Méndez

Representante de Alumnos: D^a. Sofía Huertas

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

Otros asistentes: D^a. M^a de las Mercedes de Obesso (Responsable de Diseño, Seguimiento y Renovación de Títulos) y D. Manuel Cantero, del área técnica del Seguimiento y Renovación de Títulos

Ausencia justificada:

Coordinador: D. Isidoro Embid

Profesores: D^a. Ruth Fernández y D. José María Cubillo

Representante de Alumnos: D. Juan Antonio Molina

Temas a tratar:

Sin temas pendientes (seguimiento)

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

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

Composición de los miembros de la Comisión

- Se constituye la Comisión de Titulación del Grado Oficial en Marketing al estar representados todos los grupos de interés
- Se agradece la asistencia y se justifican de las ausencias

Aprobación del acta anterior

Comunicación del Informe Anual de Resultados de la Titulación 2013/14 para la URJC

Revisión y aprobación final del Informe Anual de Titulación 2013/14

- Se hacen valoraciones sobre las siguientes áreas de mejora propuestas
 - o Reducir la tasa de abandono. Se recomienda revisar las estadísticas
 - o Mejorar la navegación web mediante Responsive Design
 - o Se recomiendan otras vías de comunicación con el objetivo de informar a los interesados sobre los cursos del Aula Multimedia
 - o Conocer la información de las actividades de Investigación por Titulación
 - o Objetivo marcado en la tasa de rendimiento para todas las asignaturas. Cursos 0 para las asignaturas de Matemáticas y Contabilidad
 - o Incorporación de Tutores en 4º curso. Muy bien valorada por el representante de los Alumnos.
 - o Utilización de herramientas propias de recogida de información sobre la satisfacción del Personal Docente y No Docente
- Valoración de la satisfacción de los Egresados

Revisión Web

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

Ruegos y Preguntas

Por parte de los Representantes de los Alumnos comenta la importancia que dan los Alumnos al contacto con Profesionales o Antiguos Alumnos para aumentar la motivación en los estudios.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas (GRMK) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

7.4 Comité Académico de Grado

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

7.5 Reuniones otros equipos

Tutores

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

Acta 1

Fecha: 27/09/2014

Miembros del Equipo de Mejora

Directores: Director General, Decano y Vicedecano

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

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

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

Aprobación del acta anterior (09.07.2014)

Nuevos temas tratados:

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

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

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

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

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

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

Empezamos la 2º Edición de "Generación de Hábitos de Estudio", con unos 100 alumnos interesados.

ESIC pone en marcha la 3ª Edición de Premios Excelencia. Se solicita a los Tutores colaboración proactiva en su difusión y animación a participar.

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

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

Intervención de los Tutores y Coordinación Académica

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Desde coordinación se agradece la colaboración de los tutores.

Departamento de Humanidades

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

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

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

Acta 2

Fecha: 11/02/2015

Miembros del Equipo de Mejora

Directores: Director General, Decano y Vicedecano

Otros invitados: Coordinador Área Académica de Grado, 12 Tutores

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

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

Aprobación del acta anterior (27.09.2014)

Nuevos temas tratados:

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

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

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

El Vicedecano trata de nuevo el tema de la duración de los Planes de Estudios para Grados Oficiales.

Da a conocer los datos del Plan de "Generación de Hábitos de Estudio" y se tratan temas generales de la escuela. (50 Aniversario, Reuniones con Delegados, Prácticas Externas, Cursos "0", Actividades 2º Semestre)

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

El Director General da sus impresiones respecto a la Calidad de la escuela y traslada su agradecimiento y total apoyo.

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

Acta 3

Fecha: 09/07/2015

Miembros del Equipo de Mejora

Directores: Director General y Vicedecano

Otros invitados: Coordinadores Área Académica de Grado, 12 tutores

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

Aprobación del acta anterior (11.02.2015)

Nuevos temas tratados:

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

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

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

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

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

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

Una vez finalizada dicha intervención, el Vicedecano se despide deseando que disfruten su periodo de vacaciones a los asistentes y con esto da como concluida la reunión.

Delegados

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

7.6 Evaluación del Aprendizaje

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

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

7.6.1 Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento

Grado en Marketing (GRMK)	2013/14	2014/15	Variación (Puntos porcentuales)
TASA DE PRESENTACIÓN	90,2%	89,2%	-1,0 pp
TASA DE SUPERACIÓN	90,7%	84,0%	-6,7 pp
TASA DE RENDIMIENTO	81,7%	74,9%	-6,8 pp

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

7.6.2 Análisis Evaluación del Aprendizaje

Curso Académico 2014/15

Curso	Asignatura	Matriculados	Aprobados	Suspensos	No Presentados	Presentados
1º	Marketing y Técnicas de Comunicación	134	109	25	6	128
1º	Introducción a la Empresa	132	92	40	7	125
1º	Matemáticas Empresariales	215	82	133	65	150
1º	Historia Económica y del Marketing	131	102	29	11	120
1º	Derecho Civil	181	118	63	23	158
1º	Estadística Aplicada al Marketing	187	72	115	56	131
1º	Historia de la Cultura Comercial y Sociedad	142	111	31	12	130
1º	Informática Aplicada al Marketing	145	103	42	20	125
1º	Introducción al Marketing	145	102	43	10	135
1º	Sociología de la Empresa	149	109	40	15	134
2º	Inglés IV - Idioma Moderno	118	104	14	11	107
2º	Análisis Económico-Financiero en Marketing I	112	88	24	11	101
2º	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado	126	109	17	7	119
2º	Economía I: Microeconomía	133	97	36	19	114
2º	Dirección Estratégica	133	94	39	20	113
2º	Psicología Aplicada al Marketing	119	100	19	10	109
2º	Análisis Económico-Financiero en Marketing II	121	85	36	16	105
2º	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	149	98	51	12	137
2º	Economía II: Macroeconomía	184	108	76	35	149
2º	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing	119	93	26	14	105
2º	Marketing Estratégico	120	93	27	7	113
2º	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo	114	92	22	8	106
3º	Política de Comunicación	80	76	4	2	78
3º	Política de Producto	84	73	11	6	78
3º	Investigación de Mercados I	83	76	7	5	78
3º	Dirección de Ventas	91	77	14	7	84
3º	Comportamiento del Consumidor	84	77	7	5	79
3º	Marketing Industrial y de Servicios	82	75	7	4	78
3º	Política de Distribución	78	73	5	3	75
3º	Política de Precios y Costes	110	77	33	13	97
3º	Investigación de Mercados II	88	78	10	5	83
3º	Técnicas de Negociación Comercial	89	85	4	3	86
3º	Marketing Relacional, Directo e Interactivo	94	90	4	3	91
3º	Marketing y Sistemas de Información Aplicados	107	81	26	14	93
4º	Plan de Marketing	100	88	12	2	98
4º	Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior	100	87	13	2	98
4º	Dirección de Recursos Humanos	101	81	20	3	98
4º	Marketing y Dirección de Comunicación	101	90	11	1	100
4º	Análisis y Previsión de Ventas	103	82	21	4	99
4º	Seminario de Informática	104	83	21	6	98
4º	Prácticas Externas	111	86	25	15	96
4º	Trabajo Fin de Grado	127	70	57	47	80

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas (GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

7.6.3 Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación)

Curso Académico 2014/15

Curso	Asignatura	Tasa de Rendimiento	Tasa de Presentación	Tasa de Superación
1º	Marketing y Técnicas de Comunicación	81,3%	95,5%	85,2%
1º	Introducción a la Empresa	69,7%	94,7%	73,6%
1º	Matemáticas Empresariales	38,1%*	69,8%	54,7%
1º	Historia Económica y del Marketing	77,9%	91,6%	85,0%
1º	Derecho Civil	65,2%	87,3%	74,7%
1º	Estadística Aplicada al Marketing	38,5%*	70,1%	55,0%
1º	Historia de la Cultura Comercial y Sociedad	78,2%	91,5%	85,4%
1º	Informática Aplicada al Marketing	71,0%	86,2%	82,4%
1º	Introducción al Marketing	70,3%	93,1%	75,6%
1º	Sociología de la Empresa	73,2%	89,9%	81,3%
2º	Inglés IV - Idioma Moderno	88,1%	90,7%	97,2%
2º	Análisis Económico-Financiero en Marketing I	78,6%	90,2%	87,1%
2º	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado	86,5%	94,4%	91,6%
2º	Economía I: Microeconomía	72,9%	85,7%	85,1%
2º	Dirección Estratégica	70,7%	85,0%	83,2%
2º	Psicología Aplicada al Marketing	84,0%	91,6%	91,7%
2º	Análisis Económico-Financiero en Marketing II	70,2%	86,8%	81,0%
2º	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	65,8%	91,9%	71,5%
2º	Economía II: Macroeconomía	58,7%*	81,0%	72,5%
2º	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing	78,2%	88,2%	88,6%
2º	Marketing Estratégico	77,5%	94,2%	82,3%
2º	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo	80,7%	93,0%	86,8%
3º	Política de Comunicación	95,0%	97,5%	97,4%
3º	Política de Producto	86,9%	92,9%	93,6%
3º	Investigación de Mercados I	91,6%	94,0%	97,4%
3º	Dirección de Ventas	84,6%	92,3%	91,7%
3º	Comportamiento del Consumidor	91,7%	94,0%	97,5%
3º	Marketing Industrial y de Servicios	91,5%	95,1%	96,2%
3º	Política de Distribución	93,6%	96,2%	97,3%
3º	Política de Precios y Costes	70,0%	88,2%	79,4%
3º	Investigación de Mercados II	88,6%	94,3%	94,0%
3º	Técnicas de Negociación Comercial	95,5%	96,6%	98,8%
3º	Marketing Relacional, Directo e Interactivo	95,7%	96,8%	98,9%
3º	Marketing y Sistemas de Información Aplicados	75,7%	86,9%	87,1%
4º	Plan de Marketing	88,0%	98,0%	89,8%
4º	Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior	87,0%	98,0%	88,8%
4º	Dirección de Recursos Humanos	80,2%	97,0%	82,7%
4º	Marketing y Dirección de Comunicación	89,1%	99,0%	90,0%
4º	Análisis y Previsión de Ventas	79,6%	96,1%	82,8%
4º	Seminario de Informática	79,8%	94,2%	84,7%
4º	Prácticas Externas	77,5%	86,5%	89,6%
4º	Trabajo Fin de Grado	55,1%*	63,0%	87,5%

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

La Comisión analiza junto con los Departamentos implicados aquellas asignaturas con tasa de rendimiento inferior al 65%, y se propone los siguientes planes de mejora.

Propuestas de Mejoras al Indicador

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

Causa: Resultado del análisis de los resultados obtenidos

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

Responsables: Vicedecano de Grado

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.006

Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas
(GRMK) Curso Académico 2014/15
ESIC Business & Marketing School

Obteniendo las siguientes medias:

Grado en Marketing	2014/15
Media Competencias Generales	7,32
Media Competencias Específicas	7,51
Media Competencias	7,41

Análisis de Datos y Conclusiones:

El análisis nos muestra una equilibrada valoración entre MECES y Competencias, tanto generales como específicas en la Titulación. Seguimiento al análisis en el próximo Curso Académico.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas (GRMK) Curso Académico 2014/15

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 obtiene las siguientes calificaciones para cada Nivel MECES en el Grado en Marketing.

	MEDIA 14/15 Competencias	MEGE01	MEGE02	MEGE03	MEGR01	MEGR02	MEGR03	MEGR04	MEGR05
CG1	6,97					1	1		
CG2	7,18					1			
CG3	7,00						1	1	
CG4	6,80							1	
CG5	7,67				1	1			
CG6	7,08				1		1		
CG7	7,88				1		1		
CG8	6,86			1			1		1
CG9	7,18			1			1		1
CG10	6,97				1	1	1		
CG11	7,10					1			
CG12	7,25								1
CG13	7,40	1		1				1	
CG14	7,40	1				1		1	
CG15	7,80	1				1		1	
CG16	7,24	1	1	1				1	1
CG17	7,30	1	1	1		1		1	
CG18	7,24			1		1	1		1
CG19	7,22	1	1	1		1	1		
CG20	7,48	1		1		1	1		
CG21	6,94								1
CG22	7,14	1	1	1		1	1		
CG23	7,47					1	1	1	
CG24	7,37	1		1				1	
CG25	7,62								1
CG26	7,36					1			
CG27	7,38	1	1	1					
CG28	7,10					1			
CG29	7,47						1		
CG30	7,85					1			
CG31	8,07						1	1	
CE1	7,34	1				1	1		
CE2	7,15	1			1	1			
CE3	7,16				1		1		
CE4	7,18				1	1	1	1	
CE5	7,40					1	1	1	
CE6	7,16				1				
CE7	7,78				1	1			
CE8	7,50				1	1			1
CE9	7,05					1	1		
CE10	7,51				1	1			
CE11	7,17	1			1		1		
CE12	7,72				1	1	1		
CE13	6,99					1	1		
CE14	7,58				1	1	1	1	
CE15	8,17					1	1		
CE16	8,06						1		
CE17	7,93					1	1	1	
CE18	7,93	1				1	1	1	
CE19	7,61				1	1	1	1	1
CE20	7,84					1	1	1	1
		7,38	7,26	7,26	7,41	7,44	7,42	7,49	7,33

Fuente Comisión de la Titulación

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

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
Media MECES 2007	7,37

Análisis de Datos y Conclusiones:

Valoración media MECES es adecuada. En el próximo curso podremos valorar la evolución de las mismas.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

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

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

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

7.7.1 Reconocimientos por Titulación (Quejas, Felicitaciones o Sugerencias)

Reconocimientos

		2012/13	2013/14	2014/15
Área Académica	Nº Sugerencias	0	0	2
	Nº Felicitaciones	0	1	0
	Nº Quejas	0	0	4
Área Gestión	Nº Sugerencias	1	3	1
	Nº Felicitaciones	0	1	0
	Nº Quejas	1	2	10
TOTAL	Nº Sugerencias	1	3	3
	Nº Felicitaciones	0	2	0
	Nº Quejas	1	2	14

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se informa a todos los Grupos de Interés, mediante envíos de Comunicados, como la Escuela está comprometida en la mejora continua en Calidad con el objetivo de implantar una Política de Calidad hacia la Excelencia y recordando que a través del Buzón de Sugerencias pueden contactar con ESIC para que nos hagan llegar sus Sugerencias, Mejoras y Felicitaciones.

Por este motivo se produce un incremento con respecto a años anteriores, debido a una mejora en los procesos de comunicación a los distintos Grupos de Interés, de este sistema y su importancia.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

7.8 Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés

7.8.1 Satisfacción de los Alumnos

Satisfacción con el profesorado

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

Media global de 7,40 que ha mejorado con respecto al curso pasado cuya media global fue de 7,33. Analizándolo por curso es en tercero donde mejor puntuación recibe el profesorado, alcanzando 7,79.

Satisfacción con la titulación

Se realizan encuestas sobre la Valoración de la Titulación a los alumnos de 2º y 4º curso. En 2014/15 el Índice de Respuesta ha sido del 14% y el 13% respectivamente, lo que se considera insuficiente. En todo caso, deben estudiarse aquellos aspectos sobre los que se preguntaron y cuyas desviaciones son superiores a 2,5. En la encuesta realizada a los Alumnos de 4º, más de la mitad de las respuestas superaban este indicador.

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

Las variables mejor valoradas en ambas encuestas han sido, la Formación del Trabajo en Equipo, el Personal Docente y Fortalecer e Incrementar los conocimientos, todas estas variables valoradas por encima de 7, así como los servicios de cafetería y restauración.

Otros aspectos muy bien valorados por los Alumnos de 2º curso han sido, despertar inquietudes emprendedoras y ampliar su red de contactos en el mundo empresarial. Por el contrario cabe destacar aquellos ítems cuya media está por debajo del 6 como son, los canales para realizar felicitaciones, quejas y sugerencias, así como la atención mediante canales web y la distribución de exámenes y trabajos, coincidiendo con la opinión de los Alumnos de 4º en esta última variable.

Los Alumnos de 4º curso no valoran tan positivamente las actividades de tutorización en el estudio del curso, ni de acogida, no llegando a alcanzar una media de 5.

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

Propuestas de Mejoras al Indicador

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

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

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

Responsables: Vicedecano de Grado

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.008

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

7.8.2 Satisfacción de Egresados

La encuesta se realiza para Egresados del Grado en Marketing transcurridos 3 años desde su graduación.

Dado que el año de implantación del Grado en Marketing fue en el Curso Académico 2009/10, para este año 2014/15 no existen datos al no haber egresados de la Titulación que cumplan con el requisito de haber transcurrido 3 años desde su graduación. Para el 2016 podremos disponer de las valoraciones respecto a la Inserción Laboral de aquellos alumnos que se graduaron durante el Curso Académico 2012/13.

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

El último Informe de Inserción Laboral se hizo en Marzo del 2014 y la encuesta se hizo para todos los títulos de Grado con los siguientes resultados:

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

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

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

La mayoría de los egresados (69,5%) afirman que realizaron **prácticas en empresas** a través del departamento de prácticas de ESIC con un nivel medio de satisfacción de 7,22 en una escala de 0 a 10. En todo caso los registros internos constatan que más del 80% han realizado las Prácticas Curriculares en ESIC.

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

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

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

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

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

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

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

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

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

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

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

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

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

Como el nivel de satisfacción siempre supera el 7, se desprende que los egresados están satisfechos, no obstante es recomendable seguir la evolución, dada que la información es a nivel global y no de la Titulación.

Propuestas de Mejora al Indicador

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

Causa: El dato actual de un 52% se considera mejorable y es recomendable contrastar la información, ya que no coincide con los registros internos.

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

Responsables: Departamento de Antiguos Alumnos y Carreras Profesionales

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.003

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

7.8.3 Satisfacción de Personal Docente

7.8.3.1 Satisfacción del Personal Docente respecto a la Titulación

Durante el curso 2014/2015 se diseñó e implementó una **Encuesta dirigida a los Profesores** que imparten clases en este Título, cuyo índice de participación fue del 74%, con unos resultados positivos que variaron entre el 6,61 y el 9,55 sobre 10, y satisfacción media (promedio de los 15 ítems incluidos en el cuestionario) del Claustro de Profesores de la Titulación del 8,36.

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

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

Preguntas	Media
¿Ha sido posible desarrollar todo el temario teórico previsto?	9,35
¿Ha sido posible desarrollar las actividades prácticas previstas?	9,39
¿Se han desarrollado las tutorías?	8,75
¿Han asistido la mayoría de los estudiantes regularmente a clase?	8,16
¿Le parece que los conocimientos previos del alumno son adecuados para el aprendizaje de la materia?	6,61
Libros de consulta en la Biblioteca o entregados al Alumno	8,43
Documentaciones accesibles en formato electrónico	8,53
Servicio de datos fijos (accesibilidad a ordenadores, calidad de los equipos, acceso a red, etc.)	7,87
Servicios de datos móviles (WIFI) (cobertura, facilidad de conexión, etc.)	7,7
Aula	8,03
Salas de Reuniones y/o Despachos	7,79
¿Ha realizado las actividades de evaluación previstas?	9,55
¿Cree que el seguimiento docente y/o la evaluación continua han servido para mejorar los resultados de la materia?	8,74
¿Valore cuantos alumnos se han presentado a la evaluación de la última convocatoria?	8,26
¿Está satisfecho con los resultados logrados en su materia en la última convocatoria cursada?	8,19

Análisis de Datos y Conclusiones:

Alto nivel de los Profesores en la encuesta (74%) y en general una valoración positiva de los diferentes aspectos consultados.

Se observa que la variable con media inferior es la referente a los conocimientos previos del alumno, es por esto y por las tasas de rendimiento inferiores al 65% por el que se pone en marcha la siguiente mejor.

Propuestas de Mejoras al Indicador

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

Causa: Resultado del análisis de los resultados obtenidos

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

Responsables: Vicedecano de Grado

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.006

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

7.8.3.2 Satisfacción del Personal Docente respecto a las Infraestructuras e Instalaciones

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

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

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

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

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

Durante el curso 2014/2015 se diseñó e implementó una **Encuesta dirigida al Personal de Apoyo** de este Título, cuyo índice de participación fue del 77%, con unos resultados positivos que variaron entre el 6,05 y el 8,4 sobre 10 y la satisfacción media (promedio de los 9 ítems incluidos en el cuestionario) del Personal de Apoyo de la Titulación del 7,41.

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

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

Preguntas	Media
Disponibilidad de la información sobre aspectos docentes necesaria para atender a los estudiantes (fechas y requisitos de matriculación, aulas, horarios, etc.).	7,86
Trato con los estudiantes del título.	8,18
Trato con el profesorado del título.	8
Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, de fechas de exámenes, etc.).	7,58
Gestión de los procesos administrativos comunes con la Universidad a la que el título está adscrito (disponibilidad de las actas, plazo de matriculación, etc.).	8,4
Recursos materiales y tecnológicos disponibles para prestar servicios al estudiante y/o al profesorado del título.	7,05
Plantilla suficiente de personal de administración para atender correctamente la gestión administrativa del título.	6,14
Plantilla suficiente de personal de servicios (Oficina Internacional, Dpto. Prácticas, TIC, etc.) para atender correctamente a estudiantes y/o profesorado del título.	6,05
Nivel de satisfacción general con la gestión de los aspectos académicos-administrativos-servicios del título.	7,41

Análisis de Datos y Conclusiones:

Alta participación del Personal No Docente y valoración satisfactoria de la mayoría de las variables analizadas. Seguimiento de aquellos aspectos cuyas desviaciones son superiores a 2.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

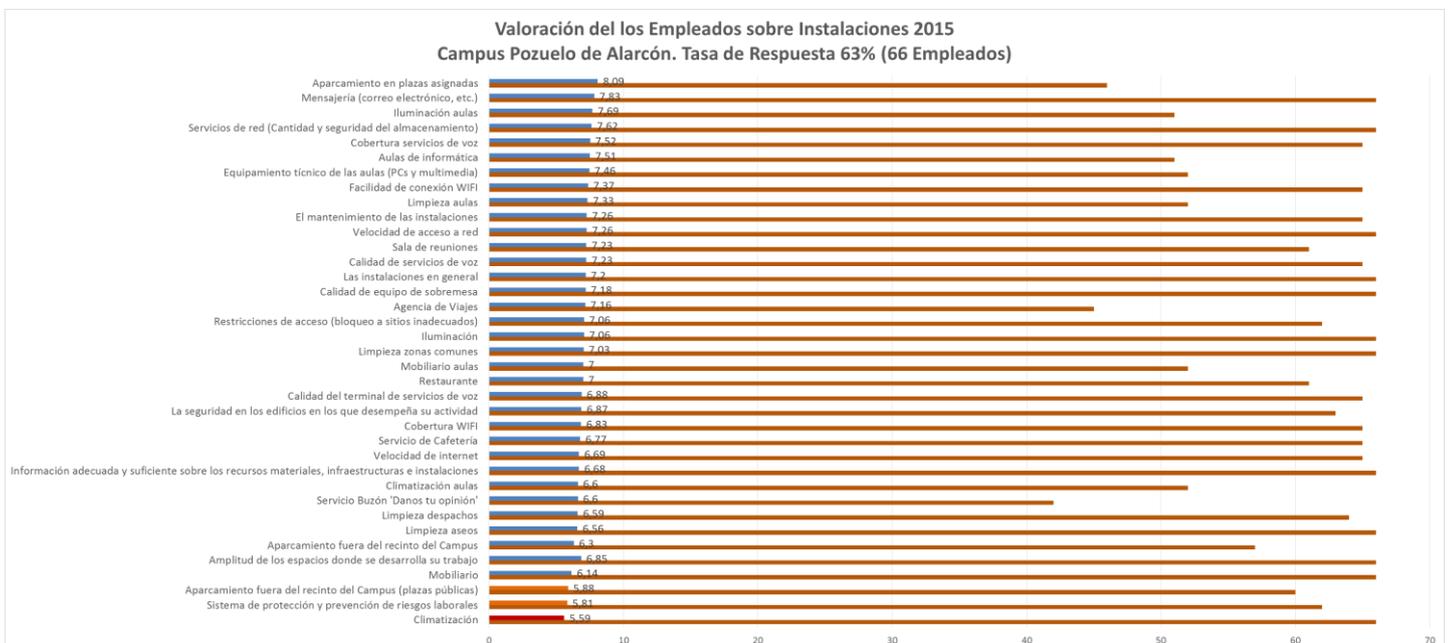
7.8.4.2 Satisfacción del Personal No Docente respecto a las Infraestructuras y Clima Laboral

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

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

Las variables mejor valoradas con respecto a las Infraestructuras del Campus, fueron aquellas relacionadas con el aparcamiento en las plazas asignadas y servicios de red. Otros aspectos destacados fueron, Limpieza, Mantenimiento e Instalaciones en general del Campus. Deben estudiarse aquellos aspectos sobre los que se preguntaron y cuyas desviaciones son superiores a 2, por lo que se recomienda un seguimiento y análisis de aspectos tales como los relacionados a la climatización, mobiliario y amplitud de los espacios de trabajo.

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

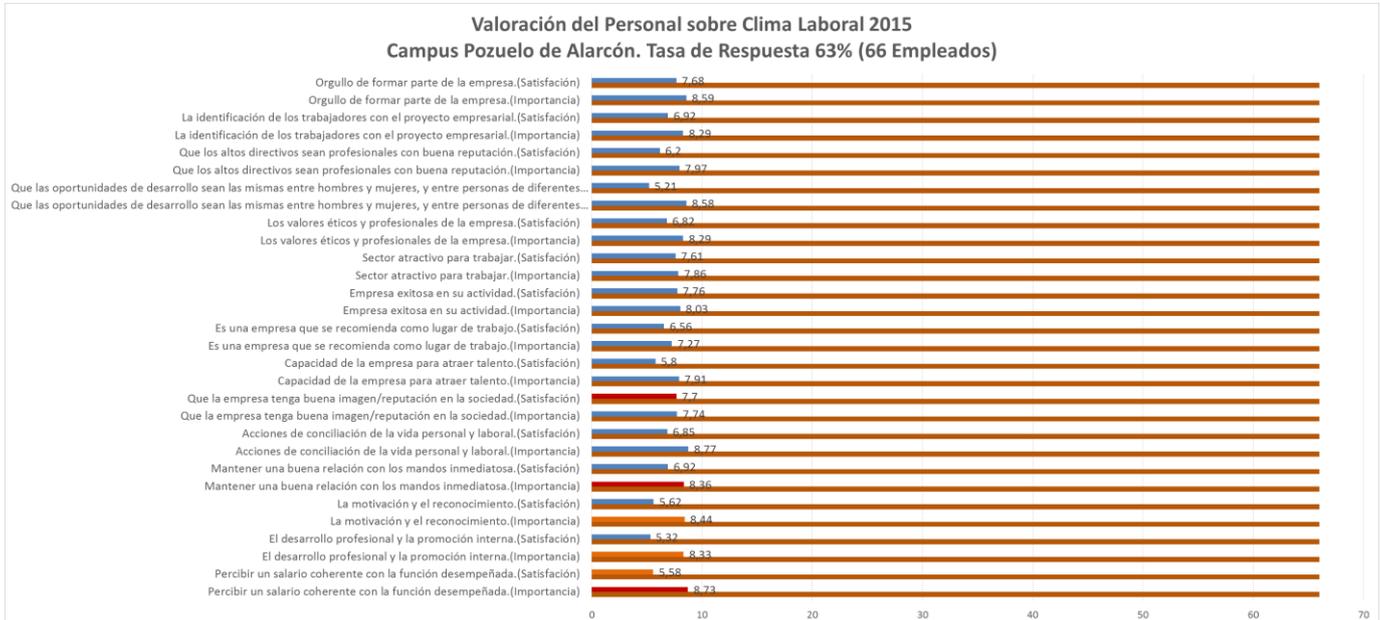


Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School



Análisis de Datos y Conclusiones:

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.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

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 Administración y Dirección de Empresas (GRMK) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

7.8.6 Satisfacción Prácticas Profesionales

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

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

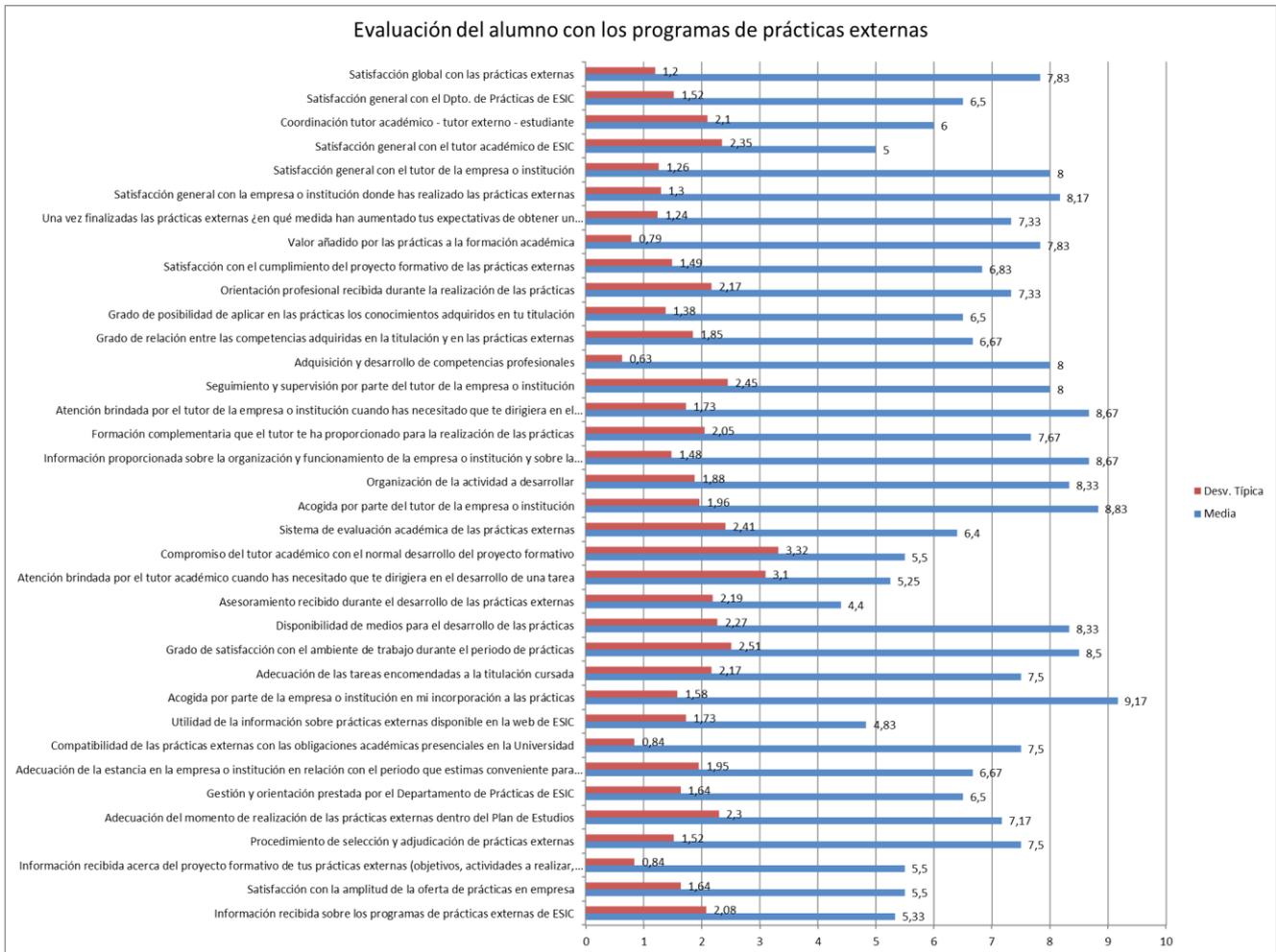
Todas las valoraciones que han dado los alumnos en la encuesta a las preguntas planteadas han alcanzado medias desde 4,4 hasta 9,17, en una encuesta de valoraciones de 1 a 10.

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

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

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

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



Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

Propuestas de Mejoras al Indicador:

No procede

7.8.7 Satisfacción Programas de Movilidad

A través del plan de encuestas se buscará conocer los datos en un corto plazo, ya que los resultados deberían estar obtenidos para el curso 2015/ 2016.

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 DE SEGUIMIENTO DE ACAP 2012

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

Información pública ofrecida por el título en su página web

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

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

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

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

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

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Información pública

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Grado de Implantación: Ya existe.

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

9 PROPUESTAS DE MEJORA PARA CURSO SIGUIENTE

ESIC desarrolla proyectos de mejora para la consolidación de los niveles de calidad que hagan de nuestros participantes personas que puedan desarrollar una vida personal y profesional de primer nivel. Para el desarrollo de estos Proyectos colaboran participantes/estudiantes, empresas, proveedores, y personal de ESIC.

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

9.1.1 Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2014/2015

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

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

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

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

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

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

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

Tiempo Realización: 2014/2015

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.002

Grado de Implantación: Se implantará en el Curso Académico 2015/2016, con el nombramiento de tutores académicos y la implantación de modelos de Coordinación horizontal y vertical que deben permitir mejorar la percepción de los alumnos.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

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

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

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

Responsables: Miembros del equipo de trabajo, Departamento de Marketing

Tiempo Realización: 2014/2015

Código: 2014.MEMORIA.GRMK 004

Grado de Implantación: Realizado. Puede visitarse el siguiente link:

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

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

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

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

Responsables: Departamento de Investigación

Tiempo Realización: 2014/15

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.006

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

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

Causa: Disponer de información propia y específica de ESIC

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

Responsables: Vicedecano de Grado

Tiempo Realización: 2014/15

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.009

Grado de Implantación: Realizado. Durante el curso 2014/15 la encuesta y tabulación de los datos respecto a la satisfacción del Personal No Docente se ha llevado a cabo a través del Instituto de la Economía Digital – ICEMD. Los resultados de las Encuestas realizadas al Personal Docente, así como al Personal de Gestión, se pueden ver en el apartado 7.8.3 y 7.8.4 del presente Informe.

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

Causa: Disponer de información propia y específica de ESIC

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

Responsables: Vicedecano de Grado

Tiempo Realización: 2014/15

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.010

Grado de Implantación: Realizado. Durante el curso 2014/15 la encuesta y tabulación de los datos respecto a la satisfacción del Personal No Docente se ha llevado a cabo a través del Instituto de la Economía Digital – ICEMD. Los resultados de las Encuestas realizadas al Personal Docente, así como al Personal de Gestión, se pueden ver en el apartado 7.8.3 y 7.8.4 del presente Informe.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

9.1.2 Mejoras implantadas en cursos anteriores

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

Causa: No ha existido ninguna solicitud en 2012/2013

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

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

Tiempo Realización: 2013/2014

Código: 2013.MEMORIA.GRADO.001

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

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

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

Causa: Baja participación del Alumnado

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

Responsables: Secretaría General (Plataforma) y Vicedecano de Grado.

Tiempo Realización: 2013/2014

Código: 2013.MEMORIA.GRADO.002

Grado de Implantación: Sin completar: No pudo llevarse a cabo dado que la plataforma planificada en inicio no funcionó para el curso 2013/2014, y no se pudo aplicar la asignación de encuestas a alumno con el mínimo de asistencia adecuado. Será una mejora para 2014/15.

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

Causa: Mejora necesaria en el grado de respuesta del alumnado a dichas encuestas de satisfacción.

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

Responsables: Dirección Académica y Unidad de Calidad.

Tiempo Realización: 2013/2014

Código: 2013.MEMORIA.GRADO.003

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

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

Causa: Mejorar el seguimiento de la actividad

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

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

Tiempo Realización: 2013/2014

Código: 2013.MEMORIA.GRADO.004

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

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

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

Causa: Necesidad de análisis de las Prácticas Profesionales por parte de todos los Grupos de Interés.

Acciones a Desarrollar: Plan de Encuestas.

Responsables: Dirección del Departamento de Prácticas Profesionales.

Tiempo Realización: 2013/2014

Código: 2013.MEMORIA.GRADO.005

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

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

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

Causa: Guía en donde las Materias se evalúan en un sistema de Competencias de tal forma que se pueda medir los resultados de aprendizaje por Competencia. Además revisar que los contenidos se ajustan a la Memoria verificada.

Acciones a Desarrollar: Propuesta y elaboración de un nuevo formato por parte de los responsables.

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

Tiempo Realización: 2013/2014

Código: 2013.MEMORIA.GRADO.006

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

9.1.3 Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2015/2016

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

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

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

Mejora: Reducir la tasa de abandono

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

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

Responsables: Área de Grado a través de Tutores y Coordinación

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.001

Mejora: Potenciar la actuación comercial de atracción de alumnos internacionales.

Causa: Crecimiento de alumnos internacionales en ESIC

Acciones a desarrollar: Incrementar el equipo de trabajo comercial del Departamento de Relaciones Internacionales

Responsables: Área de Grado

Tiempo de realización: 2015/16

Código: 2015.Memoria.GRMK 001

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas

(GRMK) Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Mejora: Análisis del ratio de Doctor y Doctor Acreditado, no sólo por número, sino también por ECTS impartido en la titulación

Causa: Mejorar el análisis de este aspecto tan importante de la titulación.

Acciones a Desarrollar: Analizar ECTS impartidos por profesor y así tener el porcentaje de créditos impartidos por doctores y por doctores acreditados.

Responsables: Comisión de Titulación

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2015.MEMORIA.GRMK.002

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

Causa: El dato actual de un 52% se considera mejorable y es recomendable contrastar la información. Nuestros registros internos constatan porcentajes mucho más favorables.

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

Responsables: Departamento de Antiguos Alumnos y Carreras Profesionales

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.003

Mejora: Incrementar el Nº de Profesores en Programas de Movilidad

Causa: Bajada considerable de Profesores en dichos programas

Acciones a Desarrollar: Envío de convocatoria con nº de plazas disponibles.

Responsables: Oficina Internacional

Tiempo Realización: 2015/16

Código: 2015.MEMORIA.GRMK.004

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

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

Acciones a Desarrollar: Implementar un plan de comunicación ad hoc

Responsables: Departamento de Marketing y Responsable Aula Multimedia

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.005

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

Causa: Resultado del análisis de los resultados obtenidos

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

Responsables: Vicedecano de Grado

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.006

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

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

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

Responsables: Vicedecano de Grado

Tiempo Realización: 2015/2016

Código: 2014.MEMORIA.GRMK.008

Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Administración y Dirección de Empresas
(GRMK) Curso Académico 2014/15
ESIC Business & Marketing School

10 CUADRO DE INDICADORES

Ver información sobre indicadores en:

<http://www.esic.edu/pdf/resumen-indicadores-grmk-14-15.pdf>