



ESIC Business & Marketing School

INFORME ANUAL DE TITULACIÓN
Grado Oficial en Marketing (GRMK)
CURSO ACADÉMICO 2016/17
Comisión de Titulación
Campus Madrid

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 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	11
3.1	Guías docentes	11
3.2	Planificación temporal del despliegue del plan de estudios	12
3.2.1	Cambios introducidos en el Plan de Estudios (Mejoras implantadas)	12
3.2.2	Grado de cumplimiento	14
3.3	Información relativa a la extinción del plan antiguo	17
3.4	Programas de movilidad	17
3.4.1	Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación	18
3.5	Orientación Profesional de la Titulación	21
3.5.1	Ratios de Orientación Profesional por curso en la Titulación	22
3.6	Prácticas Profesionales	23
3.7	Inserción laboral de los egresados	24
3.7.1	Ratios de Inserción por Actividades Profesionales	25
3.8	Proyecto Diversidad	27
3.9	Otros	28
3.9.1	Premios a la Excelencia	28
3.9.2	Seguimiento muy cercano alumnos 1º y 2º Cursos	28
3.9.3	Participación de alumnos en los diferente Concursos y Premios	29
3.9.4	Aula Multimedia	29
4	PROFESORADO	30
4.1	Categoría del Profesorado	30
4.2	Actividad investigadora	31
4.3	Calidad del Profesorado	33
4.4	Programas de Movilidad del Profesorado	35
5	OTROS RECURSOS	36
5.1	Recursos físicos	36
5.2	Recursos humanos (PAS)	37

Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Marketing (GRMK)
Curso Académico 2016/17
ESIC Business & Marketing School

6	MEMORIA DE ACTIVIDADES	38
6.1	Actividades desarrolladas.....	38
7	GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD EN LA TITULACIÓN	45
7.1	Procedimientos (Mapa de Procesos)	45
7.2	Políticas/Procedimientos/Manuales	46
7.3	Comisión de la Titulación.....	48
7.4	Comité Académico de Grado	52
7.5	Reuniones otros equipos	52
7.6	Evaluación del Aprendizaje.....	60
7.6.1	Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento	60
7.6.2	Análisis Evaluación del Aprendizaje.....	61
7.6.3	Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación)	62
7.6.4	Evaluación de las Competencias del Título	64
7.6.5	Evaluación de las Competencias a Nivel MECES.....	68
7.7	Gestión de sugerencias y reclamaciones.....	70
7.7.1	Reconocimientos por Titulación (Quejas, Felicitaciones o Sugerencias)	70
7.8	Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés.....	71
7.8.1	Satisfacción de los Alumnos.....	71
7.8.2	Satisfacción de Egresados.....	73
7.8.3	Satisfacción de Personal Docente	75
7.8.4	Satisfacción de Personal No Docente	78
7.8.5	Satisfacción Agentes Externos	80
7.8.6	Satisfacción Prácticas Profesionales.....	81
7.8.7	Satisfacción Programas de Movilidad	85
8	RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA (PROPIOS Y OFICIALES). GRADO DE IMPLANTACIÓN.	89
9	PROPUESTAS DE MEJORA PARA CURSO SIGUIENTE	93
9.1	Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2016/2017	93
9.1.1	Mejoras implantadas en cursos anteriores	100
9.2	Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2017/2018	104
10	CUADRO DE INDICADORES	107

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

1 Objetivo del Informe

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

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

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

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

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

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 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

MODALIDAD	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016/17
BACHILLERATO HOMOLOGADO	-	-	-	-	1.67%	0.92%	-
FP DE 2º GRADO O MODULO III	2.5%	9.48%	6.9%	7.09%	2.5%	7.34%	12.3%
MAYORES DE 25 AÑOS	-	-	2.3%	0.79%	-	-	1.64%
MAYORES DE 40 AÑOS	-	-	-	-	-	0.92%	-
SELECTIVIDAD, PAU (TODOS LOS TIPOS DE SELECTIVIDAD)	97.5%	86.21%	86.21%	82.68%	91.67%	82.57%	80.33%
TRASLADO	-	4.31%	4.6%	9.45%	4.17%	8.26%	5.74%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

(Nota: Desglose por año académico de referencia)

Fuente Secretaría URJC

Nota media de acceso (PAU)

VÍA ACCESO - CONVOCATORIA	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016/17
SELECTIVIDAD, PAU (TODOS LOS TIPOS DE SELECTIVIDAD) - JUN.	6.91	6.72	6.76	7.09	7.45	7.32	7.33
SELECTIVIDAD, PAU (TODOS LOS TIPOS DE SELECTIVIDAD) - SEP.	5.89	6.18	6.03	6.31	6.25	6.46	6.16

(Nota: Desglose por año académico de referencia)

Fuente Secretaría URJC

Notas de corte oficial (reparto UCM)

CONVOCATORIA	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016/17
JUNIO	5	5,0	5	5	5	5	5
SEPTIEMBRE	5	5,2	5	-	-	5	5

(Nota: Desglose por año académico de referencia)

Fuente Secretaría URJC

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17

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	2015/16	2016/17	Variación
Grado Oficial en Marketing (GRMK)					
1º	230	238	243	227	-6,6%
2º	204	211	215	213	-0,9%
3º	163	135	146	171	17,1%
4º	96	120	114	135	18,4%

Fuente Secretaría General de ESIC

(1) Nº de alumnos matriculados, incluidos aquellos alumnos en 1ª matrícula, 2ª matrícula o posteriores.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Alumnos procedentes de la Pau en su mayoría, aunque hay una creciente entrada de alumnos procedentes de FP de 2º grado.

No hay cambios en cuanto a las notas de corte.

Se percibe una leve bajada en el número de alumnos matriculados en 1º curso, y dado que el número de alumnos de nuevo ingreso se incrementa con respecto al curso 2015/2016, ver apartado 2.8.1, se desprende que baja el número de alumnos matriculados en 1º curso de 2ª o posteriores matrículas lo que se considera un dato positivo.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

2.3 Justificación del título

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

Relación Oferta-Demanda de la Titulación

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	Variación
Plazas Ofertadas (A)	100	50	150	150	150	150	150	0,00%
Plazas Demandadas (B)	123	163	129	218	176	179	194	8,38%
Ratio: Relación B/A	1,23	3,26	0,86	1,45	1,17	1,19	1,29	8,40%

Fuente Secretaría General de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se desprende un incremento en la demanda de la Titulación con respecto al curso anterior, de más del 8%.

Los resultados se consideran positivos al ser creciente la demanda en los dos últimos cursos académicos.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

2.4 Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos

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

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

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	2015/16	2016/17	Variación
Nº Traslado de Expedientes*	4	12	5	9	7	-22,2%

Fuente Secretaria URJC

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se percibe una tendencia decreciente en el traslado de expedientes.

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 2016/17 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 *

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	Variación (con curso anterior)
Alumnos de nuevo ingreso: Mujeres	43.75%	34.23%	40.96%	40%	33.04%	43,0%	37.39%	-13,0%
Alumnos de nuevo ingreso: Hombres	56.25%	65.77%	59.04%	60%	66.96%	57,0%	62.61%	9,8%
Alumnos de nuevo ingreso de fuera de la CAM	21.79%	15.74%	13.75%	23.68%	13.39%	11.11%	11.82%	6,4%
Alumnos de nuevo ingreso: Extranjeros	2.5%	2.7%	3.61%	0.87%	2.61%	1,0%	4.35%	335%
Alumnos de nuevo ingreso matriculados a tiempo completo	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%

(Nota: Desglose por año académico de referencia)

* Datos Procedentes de la Matriculación. Fuente Memoria Seguimiento URJC

Perfil de salida *

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

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

Tabla de Indicadores de perfil de egresado de URJC

		2010/11	2011/12	2012/13	2013/14*	Variación (con curso anterior)
1. DISTRIBUCIÓN DE GRADUADOS POR MODALIDAD		70,0%	66.07%	67.06%	53.28%*	-20,55%
	TIEMPO COMPLETO	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,00%
	TIEMPO PARCIAL	0,00%	0,0%	0,0%	0,0%	0,00%
2. DISTRIBUCIÓN DE GRADUADOS POR SEXO						
	HOMBRES	48.21%	66.22%	52.63%	50.77%	-3,53%
	MUJERES	51.79%	33.78%	47.37%	49.23%	3,93%
3. DISTRIBUCIÓN DE GRADUADOS POR PAÍS DE PROCEDENCIA						
	ESPAÑA	98.21%	98.65%	100%	100%	0,00%
	OTRO	1.79%	1.35%	0,0%	0,0%	0,00%
4. DISTRIBUCIÓN DE GRADUADOS POR EDAD						
	19 - 25	94.64%	82.43%	87.72%	90.77%	3,36%
	26 - 29	5.36%	5.41%	10.53%	9.23%	-12,34%
	30 - 39	-	1.35%	-	-	-
	40-45	-	4.05%	-	-	-
	MAYORES DE 46	-	4.05%	-	-	-

(Nota: Desglose por año académico cohorte de entrada)

Fuente Secretaría URJC

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

* Porcentaje de estudiantes que finalizan la enseñanza en el tiempo previsto en el plan de estudios (d) o en un año académico más (d+1) en relación con su cohorte de entrada. Por lo que en el 2017/2018 se dispondrá de la Tasa de Graduación de la Cohorte de Entrada 2013/2014 según establece el protocolo CURSA

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:

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

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

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

2.8 Datos de Matrícula

2.8.1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas

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

Plazas de nuevo ingreso ofertadas

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	Variación
Número de plazas de Nuevo Ingreso ofertadas	100	50	150	150	150	150	150	0,0%
Número de matriculaciones de Nuevo Ingreso	80	109	82	112	111	99	113	14,14%
Tasa de Cobertura: % Matriculados/plazas ofertadas	80,0%	218,0%	54,7%	74,7%	74,0%	66,0%	75,3%	14,10%

(Nota: Desglose por año académico de referencia)

Fuente Secretaría URJC

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

2.8.2 Número de alumnos matriculados y Bajas

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

	2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	Variación
	15,0%	25.89%	22.35%	21.31%	11.3%	8.57%	-24,16%

(Nota: Desglose por Cohorte de Entrada)

Fuente Secretaría URJC

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

2.8.2.1 Tasas de Abandono Interno

2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	Variación
1.25%	8.04%	9.41%	4.1%	0.87%	0,0%	-100,0%

(Nota: Desglose por Cohorte de Entrada)

Fuente Secretaría URJC

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

2.8.2.2 Tasas de Abandono Externo

2010-11	2011-12	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	Variación
13.75%	17.86%	12.94%	17.21%	10.43%	8.57%	-17,83%

(Nota: Desglose por Cohorte de Entrada)

Fuente Secretaría URJC

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

	2010/11	2011/12	2012/13	2013/14	Variación (con curso anterior)
Tasa de abandono	15,0%	25.89%	22.35%	21.31%	-4,65%
Distribución de abandonos por sexo					
HOMBRES	66.67%	62.07%	57.89%	76.92%	32,87%
MUJERES	33.33%	37.93%	42.11%	23.08%	-45,19%
Distribución de abandonos por país de procedencia					
ESPAÑA	100,0%	93.1%	84.21%	100%	18,75%
OTRO	0,0%	6.9%	15.79%	0,0%	-100,0%
Distribución de abandonos por edad					
19 - 25	50,0%	82.76%	94.74%	76.92%	-18,81%
26 - 29	50,0%	10.34%	-	19.23%	-
30 - 39	-	3.45%	-	-	-
40 - 45	-	-	-	3.85%	-

(Nota: Desglose por año académico cohorte de entrada)

Fuente Secretaría URJC

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

Las ratios presentan tendencias favorables ya que se mantiene una buena tasa de cobertura y la tasa de abandono, aunque supera en casi 3 puntos porcentuales la tasa aprobada en Memoria vigente, presenta una tendencia decreciente en los 2 últimos curso por lo que se seguirá haciendo seguimiento.

Propuestas de Mejora al Indicador

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

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

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

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

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

Tiempo Realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.001

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

3 PARA EL ESTUDIANTE

3.1 Guías docentes

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

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

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

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

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

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

Durante el curso se ha trabajado la 6ª edición de las Guías Docentes, incorporando un mayor detalle respecto a la ubicación y contacto para las tutorías del profesorado; Resultados de Aprendizaje y Adecuación de la Evaluación Continua a los créditos de las Asignaturas. Desde el curso pasado se cuenta con una comisión compuesta por un Director de Departamento, 1 representante de Calidad y 1 profesora/tutora/coordinadora de asignatura para diseñar los Modelos de Guía Docente, adecuándola, además a los requisitos reflejados en las Memorias Oficiales verificadas.

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

3.2 Planificación temporal del despliegue del plan de estudios.

3.2.1 Cambios introducidos en el Plan de Estudios (Mejoras implantadas)

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

- Implantación del grado en los centros ESIC, ESERP, Fuenlabrada, Vicálvaro, Aranjuez y Móstoles.
- Cambio de denominación de las siguientes asignaturas: a) “Historia del Derecho de las Instituciones Comerciales” pasa a “Historia de la Cultura Comercial y Sociedad” y b) “Marketing y Gestión de Calidad” pasa a “Marketing Industrial y de Servicios”.
- Cambio de curso de las asignaturas: a) “Idioma Moderno”, pasa de primer curso a segundo curso y b) “Sociología de la Empresa”, pasa de segundo curso a primer curso.
- Cambio de semestralidad y/o cursos de las asignaturas: a) “Marketing Estratégico”, pasa del primer al segundo semestre de 2º curso, c) “Comportamiento del Consumidor”, pasa de 2º curso 2º semestre a 3º curso 1º semestre.
- Modificación del carácter de dos asignaturas: a) “Dirección Estratégica” pasa de optativa a obligatoria en el 2º curso 1º semestre y “Marketing Interno” pasa de obligatoria a optativa en el 4º curso 1º semestre.

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

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

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

A continuación, se detallan las modificaciones desde la fecha.

- Se solicita incremento de plazas para el Campus de Madrid (URJC), y se corrigen erratas y se han realizado modificaciones necesarias por normativas. [Ver modificación 2017](#)

Mejoras implantadas en el curso académico

En la Reunión de Revisión del Sistema, la Unidad de Calidad presentó el Informe de Auditoría Interna 2017 ante los asistentes. Se comentan los puntos fuertes y débiles del Modelo de Calidad detectados a través de las auditorías.

En el Informe 2013/14 las No Conformidades (NC*) y Observaciones (OBS) en las Mejoras de Procesos de Prestación de Servicios se listaron conjuntamente tanto las de a nivel Formativo como las de Servicio Complementario.

En el curso 2014/15 se presentó dicha información separada, incluyendo en Servicios Complementarios, no sólo el Área de Grado sino también Campus, con el objetivo de una información más detallada al respecto.

A continuación, se listan las mejoras identificadas en los bloques de procesos de la Cadena de Valor del Área, del Campus y Área y del Título. Dichas mejoras fueron identificadas a través del proceso de

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

auditoría interna durante el curso académico 2016/17, más concretamente en abril de 2017.

Área: Grado – Campus: Todos

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

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Área: Grado – Campus: Pozuelo

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

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Título: Grado en Marketing

	NC	OBS	MEJORAS
Mejoras Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado (PR.2)	1	0	0
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Formativo (PR.3)	4	5	0
Mejoras Procesos de Apoyo-Prestación del servicio (PR 4)	1	0	0
Total Mejoras Curso Académico	6	5	0

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

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

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

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

Propuestas de Mejora al Indicador

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

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

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

Responsables: Responsable del Área

Procedencia de la Mejora: Dirección de Calidad y Acreditaciones

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2017/2018

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

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.002

3.2.2 Grado de cumplimiento

A continuación, se declaran los procedimientos que se han mejorado, los cuales están declarados en el Modelo de Autoinforme de Seguimiento del Sistema de Garantía Interna de Calidad, presentado y aprobado por AUDIT en 2017 y su grado de cumplimiento.

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

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

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

Grado de Cumplimiento: CERRADA

Ver [ESIC Actualidad / Calidad](#)

Ver [Calidad / Comunicaciones](#)

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

Grado de Cumplimiento: CERRADA

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

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

Grado de Cumplimiento: CERRADA

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

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

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

Identificada la necesidad en junio 2016 de crear un Consejo Asesor Académico y mantener el Consejo Asesor actual que está compuesto de profesionales del mundo empresarial, con diferentes funciones, pero abordando entre sus actividades el seguimiento y mejoras para los procesos de actividades de la escuela, se ha definido una propuesta de creación de un Consejo Asesor (académico y empresarial)

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

por el Director de Desarrollo de Negocio de ESIC. En junio de 2017 ha sido elaborado el documento que define el nuevo Consejo Asesor y que será revisado y aprobado en Comité de Dirección de ESIC en su primera reunión en curso académico 2017/2018. Se espera que su puesta en marcha sea antes de final de año 2017.

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

Grado de Cumplimiento: CERRADA

Se pueden evidenciar en la web corporativa de ESIC en cada Titulación en el apartado denominado GARANTIA DE CALIDAD Y SEGUIMIENTO DEL TÍTULO, sub-apartado Informes de Titulación. En el caso del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se pueden ver los informes en el siguiente link: http://www.esic.edu/es/grado-oficial-publicidad-relaciones-publicas/?s=garantia_manual_resultados

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

Grado de Cumplimiento: CERRADA

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

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

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

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

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

Grado de Cumplimiento: EN PROCESO

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

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

Grado de Cumplimiento: CERRADA

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

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

Grado de Cumplimiento: CERRADA

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

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

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

Grado de Cumplimiento: CERRADA

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

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

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

Grado de Cumplimiento: CERRADA

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

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

Grado de Cumplimiento: CERRADA

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

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

Fuente Informe de Seguimiento de Audit 2017

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

- 1.- La formulación, implantación seguimiento y revisión de la estrategia de calidad.
- 2.- La revisión de resultados por la Dirección a partir de la documentación generada.
- 3.- La atención al estudiante, en particular a los de nuevo ingreso, tanto en la información que se les facilita, como mediante el acto de bienvenida, a través del plan de acción tutorial, de los denominados cursos cero y de los cursos específicos que solicitan los tutores.
- 4.- Las reuniones sistemáticas con los delegados de los estudiantes, así como las que tiene la dirección con cada uno de los grupos.
- 5.- La gestión de quejas y sugerencias, detectándose una rápida respuesta por parte de la Dirección.
- 6.- Las auditorías internas que periódicamente se realizan.
- 7.- La evaluación del profesorado mediante DOCENTIA.
- 8.- Los procedimientos de diseños y rediseños de programas, en los que participan expertos externos.
- 9.- La bienvenida y atención al personal académico y no académico que se incorpora al Centro.
- 10.- La difusión e información de los programas de movilidad.
- 11.- La información que se facilita a los grupos de interés internos a través de la página Web.
- 12.- La orientación de los estudiantes que quieren realizar un postgrado, a fin de seleccionar el que

mejor se adapta a su perfil.

13.- Los medios tecnológicos con que cuenta el Centro para el desarrollo de su actividad.

14.- La rápida respuesta de la Dirección ante la solicitud de formación específica por parte del personal tanto académico como no académico.

15.- La organización de diferentes actividades para el personal académico en el periodo en que han concluido los exámenes.

16.- El fomento de la relación con los antiguos alumnos, así como la bolsa de trabajo.

17.- La cercanía y sensibilidad de la Dirección hacia todos los miembros de la organización, incluidos los estudiantes.

18.- El notable incremento del número de doctores.

19.- El compromiso de la Dirección por la Mejora Continua.

20.- El despliegue de los sistemas de calidad a toda la organización.

21.- La coordinación entre Dirección general de ESIC ubicada en Madrid y el equipo de Dirección del centro de ESIC en Valencia.

Fuente: Informe Audit 2014

Análisis de Datos y Conclusiones

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

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

3.3 Información relativa a la extinción del plan antiguo

No procede al no haber plan antiguo de Marketing.

3.4 Programas de movilidad

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

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

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

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

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

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

3.4.1 Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación

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

ALUMNOS PROGRAMAS MOVILIDAD ESIC*			
INDICADOR	2015/2016	2016/2017	Variación
1. Nº DE ESTUDIANTES IN	199	238	19,60%
2. Nº DE ESTUDIANTES OUT	98	115	17,35%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

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

ERASMUS

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

Fuente Oficina Internacional de ESIC

ALUMNOS PROGRAMAS ERASMUS GRMK			
INDICADOR	2015/2016	2016/2017	Variación
1. Nº DE ESTUDIANTES IN	23	26	13,04%
2. Nº DE ESTUDIANTES OUT	22	22	0,00%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

MUNDE

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

Fuente Oficina Internacional de ESIC

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

ALUMNOS PROGRAMAS MUNDE GRMK			
INDICADOR	2015/2016	2016/2017	Variación
1. Nº DE ESTUDIANTES IN	12	11	-8,33%
2. Nº DE ESTUDIANTES OUT	2	2	0,00%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

HORIZON

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

Fuente Oficina Internacional de ESIC

ALUMNOS PROGRAMAS HORIZON GRMK			
INDICADOR	2015/2016	2016/2017	Variación
2. Nº DE ESTUDIANTES OUT	1	-	-

Fuente Oficina Internacional de ESIC

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

Total de Convenios Internacionales de ESIC con otras Universidades

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	Variación
Total de Convenios para el Grado en Marketing	51	59	82	78	80	2,56%

Fuente Oficina Internacional de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Aunque los datos se consideran buenos, se sugiere un seguimiento con el objetivo de incrementar el flujo de alumnos ESIC que realicen alguna estancia en Universidades extranjeras.

Propuestas de Mejoras al Indicador

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

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

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

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

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación GRMK

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2016/2017 – 2017/2018

Código: 2016.MEMORIA.GRMK.002

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

Dicha mejora continua en proceso dado no ha habido incremento de alumnos del Título en Programas de Movilidad con respecto al curso anterior, por lo que se mantiene vigente para el curso siguiente.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

3.5 Orientación Profesional de la Titulación

ESIC recoge las valoraciones sobre la **satisfacción de alumnos 2016/17 a cuestiones de orientación profesional** en su encuesta de satisfacción.

El índice de respuesta, en el caso de 2º curso, ha sido del 36,8% lo que supone un incremento del 9,2% frente a la tasa de respuesta del curso académico 2015/16. Respecto a 4º curso, la tasa de respuesta ha sido de 33,6%, habiendo incrementado en un 38,5% respecto a la tasa de respuesta del curso académico anterior.

Las tasas de respuesta de las encuestas realizadas en el curso 2016/17 han sido mejores que el curso académico anterior, pero el objetivo de tasa de respuesta es de 50% para considerar tasas representativas.

TITULACIÓN Campus: Pozuelo	2º Curso 2014/15	2º Curso 2015/16	2º Curso 2016/17	Variación
Despertar inquietudes emprendedoras	7,3	6,6	7,5	13,6%
Formación en habilidades de desarrollo Humano (valores éticos)	7,1	6,1	7,1	16,4%
Formación en habilidades de gestión directivas	7,1	6,6	7,5	13,6%
Actividades de orientación profesional y personal	5,8	5,8	6,4	10,3%

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

TITULACIÓN Campus: Pozuelo	4º Curso 2014/15	4º Curso 2015/16	4º Curso 2016/17	Variación
Despertar inquietudes emprendedoras	6,9	7,1	7,0	-1,4%
Formación en habilidades de desarrollo Humano (valores éticos)	6,2	6,4	6,6	3,1%
Formación en habilidades de gestión directivas	5,9	7,1	6,9	-2,8%
Actividades de orientación profesional y personal	5,4	6,2	6,0	-3,2%

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los datos manifiestan un incremento de las respuestas en relación con la orientación profesional de la Titulación, aunque hay que seguir trabajando para llegar a la Tasa de respuesta mínima (50,0%), especialmente en los alumnos de 2º curso. Por otra parte, la percepción de los alumnos de 4º curso en los mismos ítems es algo inferior por lo que se sugiere seguimiento en dicho curso.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

3.5.1 Ratios de Orientación Profesional por curso en la Titulación

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

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

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

Fuente Dirección Académica de Grado ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Según los últimos informes de empleabilidad facilitados por la Unidad de Desarrollo Profesional de ESIC se ha procedido a la actualización de la asignación de créditos relativos a la orientación profesional dando lugar a los resultados de la tabla presentada más arriba. En ambos casos tanto la evolución como el porcentaje de créditos imputados a la profesionalización es satisfactorio, garantizando una buena consecución de estas competencias.

Propuestas de Mejora al Indicador:

No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 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 ¹	2012-13 ²	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	Variación
DURACIÓN MEDIA DE LAS PRÁCTICAS (HORAS)	300 ³	300 ⁵	300 ⁶	300 ⁷	300 ⁸	0,0%
CALIFICACIÓN MEDIA	9,09	8,87	8,39	8,9	8,9	0,0%
Nº DE ESTUDIANTES MATRICULADOS	62	67	95	84	106	26,2%
Nº DE ESTUDIANTES APROBADOS	57	62	80	73	93	27,4%
Nº DE ESTUDIANTES REALIZANDO PRÁCTICAS	52	59	78	70	88	25,7%
Nº DE ENTIDADES / EMPRESAS OFERTADAS	0,00 ⁴	0,84%	0,84%	0,84%	0,84%	0,0%
Nº DE PLAZAS ASIGNADAS	52	59	78	70	88	25,7%
TASA DE SUPERACIÓN	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	0,0%
ESTUDIANTES REALIZANDO PRACTICAS / Nº DE ESTUDIANTES MATRICULADOS	84,0%	88,1%	82,1%	83,3%	83,0%	-0,4%

(Nota: Desglose por año académico de referencia)

Fuente Dpto. de Prácticas Externas de ESIC

- 1: Datos actualizados al no existir alumnos matriculados en prácticas curriculares.
- 2: Todos los datos se han actualizado con dos decimales.
- 3: Dato modificado de 597 a 300, por incluir horas extracurriculares.
- 4: Dato no existente.
- 5: La duración media es de 716 horas, siendo 300 curriculares y el resto extracurriculares.
- 6: La duración media es de 811 horas, siendo 300 curriculares y el resto extracurriculares.
- 7: La duración media es de 876 horas, siendo 300 curriculares y el resto extracurriculares.
- 8: La duración media es de 926 horas, siendo 300 curriculares y el resto extracurriculares.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Las diferentes ratios analizadas son satisfactorias, sin variaciones destacables.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

3.7 Inserción laboral de los egresados

El análisis de la inserción laboral de los Egresados de la Titulación se realiza en distintas vías. Por un lado, a través del **Dpto. de Carreras Profesionales del Campus** desde donde se hace un seguimiento continuado de ofertas y demandas de puestos de trabajo de Egresados de la Titulación. Por otro lado, se realiza una **Encuesta de Inserción laboral a los egresados**, donde se valora no sólo la trayectoria profesional del Egresado antes, durante y después de la finalización del Título sino también el nivel de importancia y aplicabilidad de la formación recibida en el Título (Política de Inserción Laboral de ESIC). Los resultados de dicha encuesta se analizarán en el apartado 7.8.2 del presente Informe.

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

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

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

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

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

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

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>

2016

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

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

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

Número 41: <http://www.esic.edu/alumni/revista/41/index.html>

2017

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

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

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

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

3.7.1 Ratios de Inserción por Actividades Profesionales

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

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

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

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

Egresados/as en 2013: 77

Egresados/as en 2014: 77

Egresados/as en 2015: 83

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

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

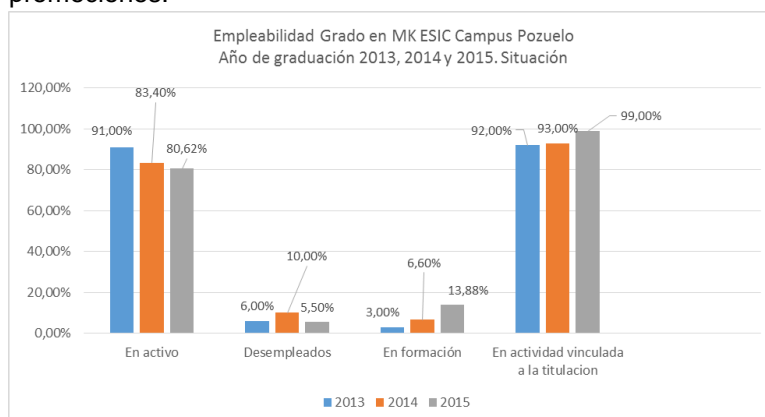
Egresados/as en 2014: 60 un 78% del total de egresados/as de esta promoción

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

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

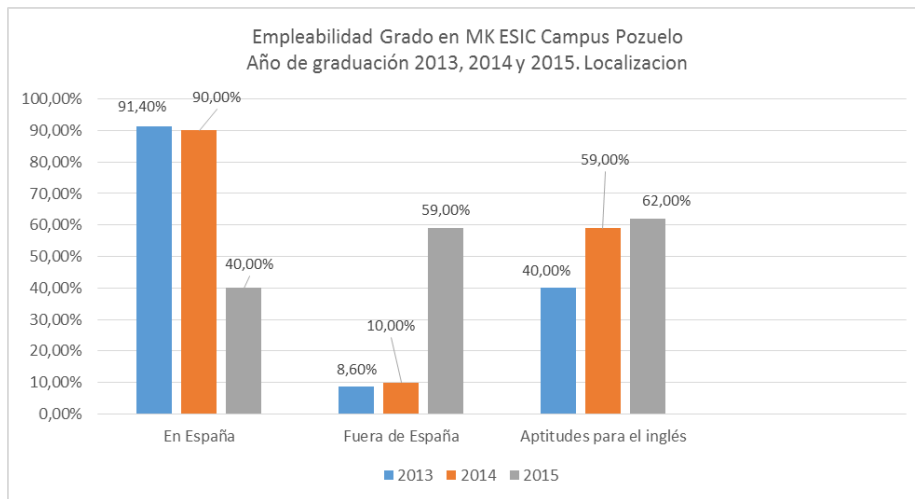
El volumen de egresados que continúan estudiando es significativamente superior en la última promoción estudiada, con tendencia creciente.

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

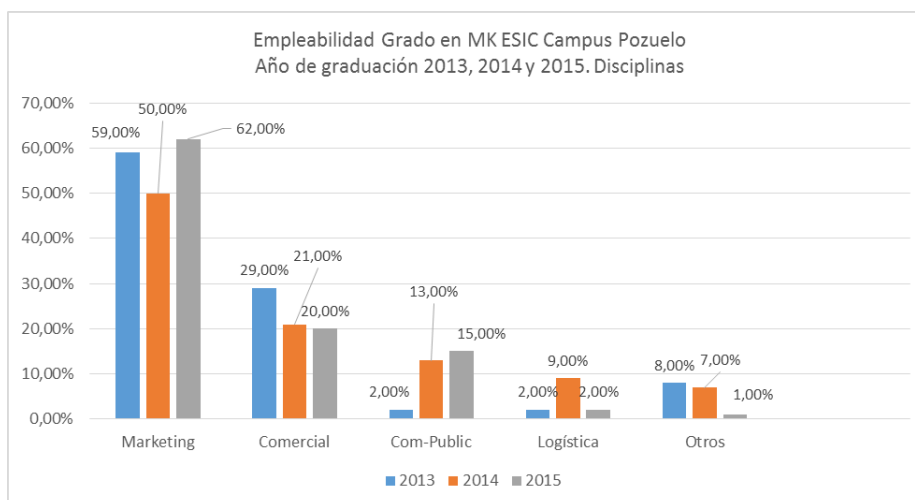


Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

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



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



Puede verse el Informe de Inserción Laboral, del Grado en Marketing en:
<http://www.esic.edu/pdf/informe-insercion-laboral-grmk-2013-2014-2015.pdf>

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

Propuestas de Mejora al Indicador

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

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

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

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

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Título Grado en Marketing.

Tiempo Realización: 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.GMK.003

Indicador: Tasa de respuesta, media y desviación

3.8 Proyecto Diversidad

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

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

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

En el curso 2016/2017, se entregaron 4 Becas Diversidad en el Área Universitaria.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

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

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

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

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

3.9 Otros

3.9.1 Premios a la Excelencia

Este año se ha celebrado la 5ª Edición Premios Excelencia, y como se planificó el curso pasado, se han actualizado los criterios de adjudicación de los Premios, el proceso de avales de los profesores, digitalizado la fase documental, así como en los procesos de comunicación de los Premios.

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

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

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

3.9.2 Seguimiento muy cercano alumnos 1º y 2º Cursos

ESIC cuenta con un Manual de Bienvenida para Nuevos Alumnos, el cual es entregado en los primeros días del nuevo curso y publicado en la web en el siguiente enlace:

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

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

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

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

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

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

3.9.3 Participación de alumnos en los diferentes Concursos y Premios

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

Los más destacados son: CAREM, INICIATIVA EMPRENDEDORA, ESICREA, etc.

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

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

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

La calidad de los trabajos presentados, ha sido valorada muy positivamente por la Fundación Luz Casanova.

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

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

3.9.4 Aula Multimedia

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

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

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

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

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

<https://esicaulamultimedia.wordpress.com>

Análisis de Datos y Conclusiones:

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:

No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

4 PROFESORADO

Puede visualizarse el claustro de profesores en el siguiente enlace:

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

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

	2014/15	2015/16	2016/17	Variación
Total Profesores de la Titulación	48	53	50	-5,7%
Licenciados/Ingenieros	25	26	19	-26,9%
Doctores	23	27	31	14,8%
Tasa % Doctores	47,9%	50,9%	62,0%	21,8%
Doctores Acreditados	11	11	13	18,2%
Tasa % Doctores Acreditados	47,8%	40,7%	41,9%	2,9%

Fuente Secretaría General de ESIC

A continuación, se detalla en la tabla el perfil de Personal Docente de la Titulación en el curso académico 2016/17, en base a su vinculación a ESIC.

		PROFESORES		ECTS IMPARTIDOS	
		Número	% sobre el total del Título	Número	% sobre el total del Título
Full Time	Total	38	76,0%	495,4	78,6%
	Licenciado	16	42,1%	154,9	31,3%
	Doctor *	22	57,9%	340,5	68,7%
	Acreditado	10	45,5%	126,0	37,0%
Part Time	Total	12	24,0%	134,57	21,4%
	Licenciado	3	25,0%	36,0	26,8%
	Doctor *	9	75,0%	98,57	73,2%
	Acreditado	3	33,3%	37,5	38,0%
Total	Total	50	100,0%	630,0	100,0%
	Licenciado	19	38,0%	190,9	30,3%
	Doctor *	31	62,0%	439,1	69,7%
	Acreditado	13	41,9%	163,5	37,2%

* DOCTOR es la suma de Doctor y Doctor Acreditado

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

4.2 Actividad investigadora

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

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

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

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

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

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

1. Revistas de Investigación

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

3. Tesis Doctorales

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/17 ESIC Business & Marketing School

5. Proyectos de Investigación

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

6. Participación en Congresos, Seminarios, y Jornadas Científicas

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

A continuación, se listan los datos referentes a la Investigación del profesorado de la Titulación: Grado en Marketing 2016/2017:

	2016/2017
Publicaciones de artículos en Revistas de relevancia Científica	9
Revisión en Revistas de relevancia Científica	3
Pertenencia a Comités de Dirección/Editor	3
Tesis Doctorales ledas y aprobadas	1
Dirección de Tesis Doctorales	0
Nº de Proyectos del Departamento de Investigación	9
Proyectos (Profesores en otros Proyectos)	13
Comunicación y Ponencias	14

* Fuente Dpto. de Investigación de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se ha incrementado de manera notable el número de artículos publicados en revista científicas nacionales, aunque todavía la labor de investigación por parte de los Profesores es susceptible de aportar mejoras sustanciales por lo que se mantienen las propuestas de mejora realizadas en el informe del año anterior.

Propuestas de Mejoras al Indicador:

Mejora: Programa de Fomento y Desarrollo a la Investigación.

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

Acciones a Desarrollar: Plan de Investigación Anual.

Responsables: Departamento de Investigación

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

Tiempo Realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.004

Indicador: Nº actividades investigadoras con respecto al curso anterior.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

4.3 Calidad del Profesorado

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

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

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

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

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Del total de profesorado auditado (2014 y 2015), 27 impartían clase en el Grado oficial en Marketing, de los cuales 7 fueron evaluados con una nota final de **EXCELENTE**, 14 con **NOTABLE**, 3 con **BIEN** y 3 con **MEJORABLE**.

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

Durante el 2016, del claustro de profesores del Título, 11 de ellos han pasado el proceso Docentia con los siguientes resultados:

El 9,1% nota final **EXCELENTE**, el 63,63% con **NOTABLE** y 27,27% con **BIEN**.

Datos Profesorado Titulación	Convocatoria 2014 ¹		Convocatoria 2015		Convocatoria 2016	
	Número de profesores	Porcentaje	Número de profesores	Porcentaje	Número de profesores	Porcentaje
EXCELENTE	3	16,7%	3	25,0%	1	9,1%
NOTABLE	12	66,7%	7	58,3%	7	63,6%
BIEN	2	11,1%	2	16,7%	3	27,3%
ADECUADO						
MEJORABLE						
MUY MEJORABLE	1	5,5%				
Total	18	100,0%	12	100,0%	11	100,0%

1. En la convocatoria 2014 se disponía de cuatro categorías. En las convocatorias siguientes las categorías que se aplicaron fueron 6. Para la elaboración de la tabla se ha utilizado la asociación entre categorías del 2014 y el resto, mediante la valoración cuantitativa por categoría.

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 Docentia. Continuar en la misma línea.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

4.4 Programas de Movilidad del Profesorado

En el curso 2016/17 se presentaron 5 solicitudes para el programa de movilidad docente.

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

Fuente Oficina Internacional de ESIC

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

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

Destacar que, de los 5 profesores en Programas de Movilidad en el curso académico 2016/17, los 5 han impartido docencia en el Grado en Marketing, lo que implica un 100,0% del total de profesores que se han acogido a este programa.

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se destaca la iniciativa de movilidad internacional por parte del profesorado de la titulación, aunque es necesario buscar fórmulas para compatibilizar dichas estancias con los periodos docentes con el objetivo de incrementar el número de profesores.

Propuestas de Mejoras al Indicador

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

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

Acciones a Desarrollar:

Responsables: Desarrollo Internacional y Oficina Internacional

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2017/2018

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

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.005

5 OTROS RECURSOS

5.1 Recursos físicos

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

Algunos recursos con los que cuenta este Área son:

- 39 aulas de formación con superficie aproximada de 2.200 metros cuadrados. (Todas las aulas están dotadas de equipos audiovisuales con cañón de proyección, atril, DVD, sonido y pantalla retráctil, ordenador, y conexión a Internet.
- 5 aulas de informática con 200 ordenadores completamente equipados tanto de hardware como de software (Entorno Microsoft, Programas específicos de diseño gráfico, estadístico y profesional).
- Renovación de 130 licencias del programa Adobe Creative con aplicaciones de diseño digital y multimedia más actuales.
- Salas de estudio en la Biblioteca para trabajo en grupo (6/8 alumnos) dotadas de aire acondicionado y conexión WiFi.
- 1 salón de Actos con capacidad para 200 personas
- Unidad de Desarrollo Profesional
 - o Departamento de Prácticas en Empresa y Carreras Profesionales
 - o Departamento de Antiguos alumnos
 - o Departamento de ESIC Emprendedores
 - Incubadora
- Oficina Internacional
- Departamento de Investigación
- Biblioteca física y virtual
- Aula Multimedia
- Editorial y Venta de Libros
- ESIC Idiomas
- TIC
- Cafetería y Autoservicio comedor y comedores privados
- Agencia de Viajes
- Servicio de Reprografía
- Capilla

Los alumnos del Grado en Marketing, además de las instalaciones comunes, han usado este curso 2016/17, 12 aulas.

ESIC inauguró en 2013/14, la nueva Biblioteca Universitaria de Pozuelo de Alarcón, que cuenta con más de 2.000 metros cuadrados, 155 puestos de estudio, 10 salas de estudio, 1 sala de conferencias para 45 personas, y que podrá ser usada tanto por los alumnos de ESIC como por alumnos de fuera del Campus.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

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

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

Además, ESIC pone a disposición del alumno:

<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.

A continuación, pasamos a detallar el Personal de Gestión de ESIC, así como el Personal de las Áreas/Departamentos más relevantes del Grado Oficial en Marketing.

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

Cabe destacar los Tutores declarados por cada curso en el Grado en Marketing, 4 tutores. Pueden verse en el siguiente link: http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=atencion_tutorizacion

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

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

6 MEMORIA DE ACTIVIDADES

6.1 Actividades desarrolladas

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

URJC:

- Solicitud Modifica GRDB: Nº de Plazas
- Diferentes reuniones de coordinación con Rectorado
- Autorización Bachelor Business Administration and Management (BBAM)
- Puesta en marcha: 1º GRDB y 1º E GRADE (Modalidad ADE en inglés 2017/2018)

UMH:

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

USJ:

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

URV:

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

GRANADA:

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

TÍTULO SUPERIOR:

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

NUEVO PLAN (Título Superior)

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

- 3ª fase: Creación
- 4ª fase: Reducción
- 5ª fase: Concreción
- Información al Comité de Dirección
 - Enero, Marzo y Julio
- Cumplimiento de los plazos establecidos
- Actividades básicas
 - Cierre del Plan de Estudios
 - Diseño de Memoria 2018
 - Reconfiguración nuevo Programa Avanzado y Título Superior con Grados
 - Aprovechamientos novedades metodológicas en los Grados oficiales.

Reforzar la actividad de Seguimiento y Renovación de Títulos

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Marketing

(GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

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

Dotar al Área de una estructura más sólida y sostenible

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

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

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Marketing

(GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

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

Impulsar la Investigación

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Marketing

(GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

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

Otras Actividades

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

- Alumnos incoming (+15% s/2015-2016)
- Alumnos outgoing (+20% s/2015-2016)
- Movilidad internacional profesores
 - Out: 5
 - In: 3
- Estancias internacionales en Universidades Norteamericanas de 5 profesores y en Universidad china de 1 profesora (Julio/ Agosto/ primeros de Septiembre) para cuestiones de investigación e innovación docente
- 2 becas para máster en China de 2 años. Zhejiang University. 2017/2018
- 2 becas para Summer Course en China. SWUFE (Chengdu). Julio 2017
- Curso de verano "Nottingham Study Tour" 4ª edición. Del 10 al 14 de Septiembre de 2017
- 102 alumnos con exámenes oficiales de Cambridge (+29% sobre curso pasado).
- Elaborado nuevo procedimiento evaluaciones alumnos Erasmus (asignaturas en learning agreement, resto de asignaturas)
- Calidad
 - Auditorías internas
 - 27 y 28/3/2017. Pozuelo
 - 19/5/2017: Valencia
 - 17/5/2017: Barcelona
 - 2/3/2017: Zaragoza
 - 29/3/2017: Navarra
 - Plan anual de Formación
 - Idiomas
 - Cursos de verano/Jornadas Departamentales
 - Cursos para Investigación
 - Excel avanzado para Tutores
 - Sesiones de formación de Audit y ANECA
 - Docencia 2016
 - Políticas Académicas
 - Nuevas
 - Calificación y revisión pruebas de evaluación
 - Conservación pruebas de evaluación
 - Convalidaciones, reconocimientos y transferencia de créditos
 - Actualización
 - Comisión Académica de Titulación
 - Ultimándose Manuales de Bienvenida de Profesor y Estudiante
 - Preparándose la renovación de la Acreditación AUDIT (para Abril / Mayo 2018)

Actividades Recurrentes

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

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

Actividades Singulares

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

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

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

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

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

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

7.1 Procedimientos (Mapa de Procesos)

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

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

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

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

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 Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

7.2 Políticas/Procedimientos/Manuales

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

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

	Curso 2013/14		Curso 2014/15		Curso 2015/16		Curso 2016/17	
	Nueva Edición	Nuevo Documento	Nueva Edición	Nuevo Documento	Nueva Edición	Nuevo Documento	Nueva Edición	Nuevo Documento
Nuevos Procedimientos	11	0	6	0	1	0	2	0
Nuevas Políticas	0	4	1	3	2	0	2	3
Nuevos Manuales RRHH	1	0	2	0	1	0	0	0

Procedimientos

Nueva Edición

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

Políticas

Nueva Documento

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

Nueva Edición

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

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

Manuales del Área

Nueva Edición

- Manual de Bienvenida al Profesor y PAS.

Nueva Documento

- Manual de Bienvenida al Estudiante. Ed.1

Formatos

Nueva Edición

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

Actualización

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones

Durante este curso académico, se han desarrollado nuevas ediciones relativas a procedimientos, políticas y manuales, en un proceso de revisión constante de los mismos.

Propuestas de Mejoras al Indicador

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

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

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

Responsables: Responsable del Área

Procedencia de la Mejora: Dirección de Calidad y Acreditaciones

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2017/2018

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

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.002

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

7.3 Comisión de la Titulación

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

Podrá verse más información en la web:

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

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

Acta de Reunión de Comisión de Titulación

Acta 1

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

Miembros de Comité (Nombre y Puesto)

Asistentes:

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

D. Isidoro Embid (Coordinador de la Titulación)

Profesores/Tutores: D. Mariano Méndez y D^a. Ruth Fernández

D^a. Susana Valle (Personal PAS)

Alumnos por Titulación: D^a. Claudia Recio y D. Guillermo Durán.

Experto Externo: D. Juan Antonio Márquez

Otros asistentes: D. Segundo Huarte (Director del Área de Grado) D^a Gracia Serrano (Directora de Calidad y Acreditaciones) y D^a. Leticia de Aymerich (Unidad Técnica de Seguimiento y Renovación de Títulos)

Justifica Ausencia: D. Pablo López Tenorio (Profesor de la Titulación)

Temas a tratar:

Parte conjunta de Comisiones

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

Parte específica de la Comisión del Grado.

- Guías Docentes 2016_17 según Memoria Actual
- Coordinación Docente
- Trabajos Fin de Grado
- Prácticas Externas
- Recopilación de evidencias para la auditoría.
- Visita física auditoría. Presencia de todos los miembros de la Comisión
- Nueva Memoria de GRADE para el curso 2017/2018

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

Este es un año muy importante, ya que tenemos la ReAcreditación de un par de Títulos. Informa de la próxima entrega de evidencias y Autoinforme a la URJC, que tiene hasta el 31 de Enero para presentarlo a la Fundación Madri+d.

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

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

Y se analizan:

- Evidencias aportadas previamente
- 4 Asignaturas
- Prácticas
- TFG

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

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

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

D^a M^a Jesús merino, Directora de la Comisión de Titulación, da la bienvenida a D^a Claudia Recio y justifica la ausencia de D. Pablo López Tenorio, profesor del Título.

Se recuerda que este año es un año clave puesto que se estima que antes de verano se realizará la auditoría para la renovación de la acreditación del Título.

Informe Anual de Titulación 2015/2016

Se está realizando. En la siguiente reunión se aprobará, no obstante, se enviará de forma anticipada para que los distintos grupos de interés lo trabajen y hagan las observaciones pertinentes.

Guías Docentes del título

Se recuerda la importancia de las Guías Docentes, como evidencia clave y por tanto se están revisando en base a la Memoria vigente del Título.

Coordinación Docente

Se ha realizado el Informe de Coordinación Horizontal 2015/2016.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

Propuestas de Mejora

D^a. Claudia Recio comenta que sería bueno tener Grado en Marketing en inglés.

Se analizará la propuesta.

D. Guillermo Durán comenta que considera muy positivo el envío un mail para comunicar la fecha de revisión de exámenes. Según él, los alumnos perciben que se van realizando mejoras en lo que se refiere a comunicaciones internas como, por ejemplo, los avisos de cambios de clase.

D. Juan Antonio Márquez comenta que mejor que un correo sería poder apuntarse de manera automática a la revisión.

D^a. Claudia Recio, después de haber estado un año estudiando fuera a través de un programa de movilidad, comenta que ha notado mucho el cambio en relación a estos temas.

Se anota dicha sugerencia para su posterior análisis e implementación.

D. Juan Antonio Márquez traslada una importante mejora a la hora de publicar notas en las plataformas puesto que actualmente se debe hacer en varios sitios y D^a Ruth Fernández comenta que el porcentaje de error aumenta al tener que hacer tantas anotaciones. El resto de los asistentes opinan lo mismo.

Se toma nota para trasladar dicha observación al Departamento responsable de las plataformas internas.

También se comenta como área de mejora que sería más práctico que toda la documentación para el alumnado esté en un único lugar, no como ahora que tienen notas en un sitio, notas en otro, las guías en donde las notas finales, etc.

Por otra parte, también se sugiere que la plataforma debe tener más capacidad para la entrega de trabajos ya que el espacio disponible, a veces no es suficiente.

Se les dice a los alumnos que pueden recabar información de sus compañeros para aportar a la Comisión y lo mismo se sugiere a los profesores.

D^a M^a Jesús Merino comenta que se enviará el acta para su aprobación, y en la siguiente reunión seguiremos trabajando. Quedamos a la espera del informe y que ya se comunicará la fecha de renovación.

Y no habiendo más asuntos que tratar se da por concluida la reunión y se levanta la sesión

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

Acta 2

Fecha: 03/07/2017. 16:30/17:30

Miembros de Comité (Nombre y Puesto)

Asistentes:

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

D. Isidoro Embid (Coordinador de la Titulación)

Profesores/Tutores: D^a. Julia Bordonado, D. Mariano Méndez y D^a Ruth Fernández

D^a. Susana Valle (Personal PAS)

Alumnos por Titulación: D^a. Claudia Recio.

Experto Externo: D. Juan Antonio Márquez.

Otros asistentes: D. Segundo Huarte (Director del Área de Grado) D^a Maruchy de Obesso (Coordinadora Nacional y Responsable del Diseño, Seguimiento y Renovación de Títulos) y D^a. Leticia de Aymerich (Unidad Técnica de Seguimiento y Renovación de Títulos)

Justifica su ausencia: D. Guillermo Durán (Alumno del Título)

Temas a tratar:

- Aprobación del acta anterior.
- Puesta en común y aprobación del Informe Anual de Titulación 2015/2016
- Comunicación del Informe Anual de Resultados de la Titulación 2015/2016 para la URJC
- Mejoras a realizar en 2016/2017 y su grado de consecución
- Renovación del Título en la 1^a semana de octubre

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

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

Reitera su agradecimiento y la Comisión continua con la reunión.

D^a M^a Jesús Merino, Directora de la Comisión de Titulación, da la bienvenida a M^a Julia Bordonado como profesora del Título.

Se procede a la Aprobación del acta anterior.

Como punto fundamental del orden del día se procede por unanimidad a la aprobación del Informe de Titulación 2015/2016. Previamente por parte de María Jesús Merino se hace una mención pública agradeciendo el trabajo realizado por Leticia Aymerich en la redacción del mismo, destacando el nivel de exhaustividad y claridad del documento.

Por parte de la Unidad de Desarrollo Profesional se ha realizado un Informe sobre la situación laboral en la titulación desde el año 2013 al 2015 y el cual está publicado en la web del Título.

En este punto, se procede a la revisión de las Mejoras propuestas en el Curso 2016/2017 y su nivel de implantación.

D^a. Leticia Aymerich, comenta la importancia del Informe Anual dentro del proceso de Reacreditación y el seguimiento continuo a las mejoras propuestas.

De cara a este proceso se informa que las evidencias sobre las que se han trabajado son las relativas al Curso 2015/2016, pero que por las fechas en las que se va a realizar, también pueden solicitar las del Curso 2016/2017. D^a Susana Valle informa que la semana próxima se remitirá a todos los

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

profesores información sobre el proceso de archivo de las evidencias del Cursos 2016/2017.
En relación con las asignaturas objeto de auditoría nos información con un mes de anticipación.

Por parte del representante de los alumnos se informa de la excelente acogida de las modificaciones incorporadas en el campus virtual, que permite el acceso desde una única dirección a todas las opciones por parte de los alumnos. Dicha propuesta se realizó en la 1ª reunión de la Comisión.

Dª Mª Jesús Merino comenta que se enviará el acta para su aprobación, y en la siguiente reunión seguiremos trabajando.

Recuerda la importancia del proceso de reacreditación del que se irá recibiendo información puntual.

Y no habiendo más asuntos que tratar, se levanta la sesión.

7.4 Comité Académico de Grado

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

7.5 Reuniones otros equipos

Tutores

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

Acta 1

Fecha: 04/10/2016

Miembros del Equipo

Directores: Director General y Director del Área

Otros invitados: 16 Tutores Académicos de Grupo

BIENVENIDA DEL DIRECTOR DEL ÁREA DE GRADO

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

DIRECTOR GENERAL

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

Ideas principales:

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

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

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

Informaciones varias:

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

comunicación vía email con los padres de los alumnos tutelados; para ello, los Tutores deben recoger las direcciones de correo electrónico de los citados padres. Si no fuera posible, se realizará vía carta.

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

Intervención de los Tutores y Coordinación Académica

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

El Director del Área informa sobre los siguientes puntos:

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

Acciones a realizar:

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

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

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

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

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

Acta 2

Fecha: 31/01/2017

Miembros del Equipo

D. Segundo Huarte (Director del Área de Grado)

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

Tutores: 16 Tutores Académicos de Grupo.

BIENVENIDA DEL DIRECTOR DEL ÁREA DE GRADO

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

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

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

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

Aprobación del acta anterior (04.10.2016)

Nuevos temas tratados:

- **Encuestas de Valoración Docente**

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

Cursos "0"

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

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

Experience Master Class

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

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

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

Reunión Delegados 2^o Semestre

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

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

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

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

Temas Varios

• **MEET**

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

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

• **Sesiones Informativas**

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

• **Fechas Orientativas**

Comentafechas orientativas sobre:

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

A continuación, da paso a la intervención de cada Tutor

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

ACCIONES A REALIZAR:

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

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

Acta 3

Fecha: 12/07/2017

Miembros del Equipo

D. Segundo Huarte (Director del Área de Grado)

D^a Gracia Serrano (Directora de Calidad y Acreditaciones)

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

Tutores: 12 Tutores Académicos de Grupo

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

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

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

Toma la palabra **Gracia Serrano**:

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

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

Agradece el apoyo por parte de toda la Escuela.

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

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

Aprobación del acta anterior (29.02.2016)

Matrícula:

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

Proyecto 5 Culturas:

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

ESIC Experience:

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

Plan Investigación:

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

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

URJC:

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

TSDMC:

- Nuevo Plan de Estudios y nueva metodología en desarrollo.
- Equipo de trabajo compuesto por:
 - D. Alberto Alcalde quien pilota el proyecto junto con D. Ruth Fernández, D. Julio Alard y D. José Manuel Más.
- La estructura se ha presentado a la Dirección General y ha sido muy bien recibida.

TSDMC:

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

Cursos de Verano:

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

Horarios:

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

Master Class:

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

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

ACCIONES A REALIZAR:

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

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

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

Delegados

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

7.6 Evaluación del Aprendizaje

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

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

7.6.1 Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento

Grado en Marketing (GRMK)	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	Variación
TASA DE PRESENTACIÓN	91,8%	89,7%	92,2%	93,1%	1,0%
TASA DE SUPERACIÓN	88,7%	88,9%	89,1%	89,7%	0,7%
TASA DE RENDIMIENTO	81,4%	79,8%	82,2%	83,5%	1,6%

Fuente Secretaria URJC

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Marketing

(GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

7.6.2 Análisis Evaluación del Aprendizaje

Curso Académico 2016/2017

Curso	Asignatura	Matriculados	Aprobados	Suspensos	No Presentados
1º	Derecho Civil	133	76	51	6
1º	Estadística Aplicada Al Marketing	190	107	57	26
1º	Historia De La Cultura Comercial Y Sociedad	118	105	10	3
1º	Historia Económica Y Del Marketing	113	103	8	2
1º	Informática Aplicada Al Marketing	113	95	8	10
1º	Introducción A La Empresa	119	96	20	3
1º	Introducción Al Marketing	110	85	18	7
1º	Marketing Y Técnicas De Comunicación	123	106	11	6
1º	Matemáticas Empresariales	167	136	18	13
1º	Sociología De La Empresa	123	105	14	4
2º	Análisis Económico-Financiero En Marketing I	107	95	11	1
2º	Análisis Económico-Financiero En Marketing II	126	93	22	11
2º	Derecho Del Trabajo Y La Seguridad Social	157	110	34	13
2º	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica Del Mercado	113	99	14	0
2º	Dirección Estratégica	130	108	14	8
2º	Economía I: Microeconomía	138	91	33	14
2º	Economía II: Macroeconomía	144	125	9	10
2º	Idioma Moderno	104	90	3	11
2º	Marketing Estratégico	108	94	10	4
2º	Métodos De Decisión Aplicados Al Marketing	123	114	3	6
2º	Psicología Aplicada Al Marketing	113	94	14	5
2º	Responsabilidad Y Marketing Social Corporativo	108	96	7	5
3º	Comportamiento Del Consumidor	94	91	2	1
3º	Dirección De Ventas	102	85	15	2
3º	Investigación De Mercados I	94	89	4	1
3º	Investigación De Mercados II	113	96	10	7
3º	Marketing Industrial Y De Servicios	94	85	6	3
3º	Marketing Relacional, Directo E Interactivo	106	101	0	5
3º	Marketing Y Sistemas De Información Aplicados	117	98	12	7
3º	Política De Comunicación	93	88	5	0
3º	Política De Distribución	95	89	1	5
3º	Política De Precios Y Costes	126	86	19	21
3º	Política De Producto	91	85	5	1
3º	Técnicas De Negociación Comercial	91	87	0	4
4º	Análisis Y Previsión De Ventas	99	90	4	5
4º	Dirección De Recursos Humanos	110	100	9	1
4º	Marketing Global E Internacional Y Comercio Exterior	102	100	1	1
4º	Marketing Y Dirección De Comunicación	96	95	0	1
4º	Plan De Marketing	93	92	0	1
4º	Practicas Externas	106	92	0	14
4º	Reconocimiento Académico De Créditos	103	93	6	4
4º	Trabajo Fin De Grado	128	83	0	45

Fuente Secretaria URJC

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Marketing

(GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

7.6.3 Tasas por Materia (Rendimiento, Superación y Presentación)

Curso Académico 2016/2017

Curso	Asignatura	Tasa de Rendimiento	Tasa de Presentación	Tasa de Superación
1º	Derecho Civil	57.14%*	95.49%	59.84%
1º	Estadística Aplicada Al Marketing	56.32%*	86.32%	65.24%
1º	Historia De La Cultura Comercial Y Sociedad	88.98%	97.46%	91.3%
1º	Historia Económica Y Del Marketing	91.15%	98.23%	92.79%
1º	Informática Aplicada Al Marketing	84.07%	91.15%	92.23%
1º	Introducción A La Empresa	80.67%	97.48%	82.76%
1º	Introducción Al Marketing	77.27%	93.64%	82.52%
1º	Marketing Y Técnicas De Comunicación	86.18%	95.12%	90.6%
1º	Matemáticas Empresariales	81.44%	92.22%	88.31%
1º	Sociología De La Empresa	85.37%	96.75%	88.24%
2º	Análisis Económico-Financiero En Marketing I	88.79%	99.07%	89.62%
2º	Análisis Económico-Financiero En Marketing II	73.81%	91.27%	80.87%
2º	Derecho Del Trabajo Y La Seguridad Social	70.06%	91.72%	76.39%
2º	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica Del Mercado	87.61%	100%	87.61%
2º	Dirección Estratégica	83.08%	93.85%	88.52%
2º	Economía I: Microeconomía	65.94%	89.86%	73.39%
2º	Economía II: Macroeconomía	86.81%	93.06%	93.28%
2º	Idioma Moderno	86.54%	89.42%	96.77%
2º	Marketing Estratégico	87.04%	96.3%	90.38%
2º	Métodos De Decisión Aplicados Al Marketing	92.68%	95.12%	97.44%
2º	Psicología Aplicada Al Marketing	83.19%	95.58%	87.04%
2º	Responsabilidad Y Marketing Social Corporativo	88.89%	95.37%	93.2%
3º	Comportamiento Del Consumidor	96.81%	98.94%	97.85%
3º	Dirección De Ventas	83.33%	98.04%	85%
3º	Investigación De Mercados I	94.68%	98.94%	95.7%
3º	Investigación De Mercados II	84.96%	93.81%	90.57%
3º	Marketing Industrial Y De Servicios	90.43%	96.81%	93.41%
3º	Marketing Relacional, Directo E Interactivo	95.28%	95.28%	100%
3º	Marketing Y Sistemas De Información Aplicados	83.76%	94.02%	89.09%
3º	Política De Comunicación	94.62%	100%	94.62%
3º	Política De Distribución	93.68%	94.74%	98.89%
3º	Política De Precios Y Costes	68.25%	83.33%	81.9%
3º	Política De Producto	93.41%	98.9%	94.44%
3º	Técnicas De Negociación Comercial	95.6%	95.6%	100%
4º	Análisis Y Previsión De Ventas	90.91%	94.95%	95.74%
4º	Dirección De Recursos Humanos	90.91%	99.09%	91.74%
4º	Marketing Global E Internacional Y Comercio Exterior	98.04%	99.02%	99.01%
4º	Marketing Y Dirección De Comunicación	98.96%	98.96%	100%
4º	Plan De Marketing	98.92%	98.92%	100%
4º	Practicas Externas	86.79%	86.79%	100%
4º	Reconocimiento Académico De Créditos	90.29%	96.12%	93.94%
4º	Trabajo Fin De Grado	64.84%*	64.84%	100%

Fuente Secretaria URJC

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 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: Incrementar el rendimiento de aquellas asignaturas que están por debajo del 65%.

Causa: Tasas de rendimiento bajas

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

Responsables: Director del Área de Grado

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

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

Tiempo Realización: 2016/2017 – 2017/2018

Código: 2016.MEMORIA.GRMK.007

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

7.6.4 Evaluación de las Competencias del Título

A partir de la Calificación Media obtenida en las diferentes Asignaturas que componen el Plan de Estudios de la Titulación del Grado en Marketing, y en base a la matriz relacional de Asignaturas y Competencias, se obtiene la siguiente calificación para cada Competencia del Título.

Competencias Generales

Curso	Semestre	Asignatura	Créditos	MEDIA 16/17	DESVIACIÓN 16/17	Competencias Generales															
						CG1	CG2	CG3	CG4*	CG5	CG6	CG7	CG8	CG9	CG10	CG11	CG12	CG13	CG14	CG15	CG16
1º	1	Marketing y Técnicas de Comunicación	6	6,36	1,21			1						1	1	1			1		
1º	1	Introducción a la Empresa	6	5,81	1,37		1					1	1		1		1				
1º	1	Matemáticas Empresariales	6	7,32	2,30			1					1	1							
1º	1	Historia Económica y del Marketing	6	6,68	1,39					1	1	1		1	1	1	1	1	1		
1º	1	Sociología de la Empresa	6	6,27	1,97								1	1			1		1		
1º	2	Introducción al Marketing	6	5,82	1,65							1	1	1							
1º	2	Historia de la Cultura Comercial y Sociedad	6	6,72	1,67					1											
1º	2	Estadística Aplicada al Marketing	6	5,10	2,15						1		1								
1º	2	Derecho Civil	6	5,14	1,90									1	1	1			1		
1º	2	Informática Aplicada al Marketing	6	7,10	1,61			1						1	1	1					
2º	1	Economía I: Microeconomía	6	5,37	1,86							1	1						1		
2º	1	Análisis Económico-Financiero en Marketing I	4,5	6,40	1,86					1			1	1							
2º	1	Psicología Aplicada al Marketing	4,5	6,36	1,34			1	1			1	1	1	1		1		1		
2º	1	Dirección Estratégica	4,5	6,19	1,87							1		1	1						
2º	1	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado	4,5	5,74	1,67												1				
2º	2	Marketing Estratégico	4,5	6,48	1,44							1	1	1	1	1					
2º	2	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo	6	6,55	1,77							1	1			1			1		
2º	2	Economía II: Macroeconomía	6	5,99	1,23							1									
2º	2	Análisis Económico-Financiero en Marketing II	4,5	5,73	2,13					1		1	1	1	1		1				
2º	2	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing	4,5	6,98	1,31							1	1								
2º	2	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	4,5	5,42	1,29					1		1		1							
2º	2	Inglés IV - Idioma Moderno	6	7,33	1,25																
3º	1	Política de Comunicación	6	6,76	1,39								1	1	1	1					
3º	1	Comportamiento del Consumidor	4,5	7,02	1,21					1				1	1						
3º	1	Política de Producto	6	7,46	1,72									1	1	1					
3º	1	Dirección de Ventas	4,5	6,50	1,85								1	1	1	1	1		1		
3º	1	Investigación de Mercados I	4,5	7,01	1,55								1	1	1	1	1	1			
3º	1	Marketing Industrial y de Servicios	4,5	6,66	1,70						1		1								
3º	2	Política de Distribución	6	7,37	1,52									1	1						
3º	2	Política de Precios y Costes	6	6,33	1,98									1	1	1					
3º	2	Investigación de Mercados II	4,5	6,23	1,47									1	1		1		1		
3º	2	Técnicas de Negociación Comercial	4,5	7,91	1,24						1	1	1	1	1				1		
3º	2	Marketing Relacional, Directo e Interactivo	4,5	7,81	1,36						1	1	1	1	1						
3º	2	Marketing y Sistemas de Información Aplicados	4,5	6,35	1,44							1	1	1	1						
4º	A	Prácticas Externas	24	8,90	0,87						1	1	1	1	1	1	1	1	1		
4º	A	Trabajo Fin de Grado	6	7,92	1,11						1	1	1	1	1	1	1	1	1		
4º	1	Plan de Marketing	6	7,31	1,20						1	1	1	1	1						
4º	1	Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior	4,5	7,49	1,16																
4º	1	Análisis y Previsión de Ventas	4,5	7,51	1,53						1	1	1				1				
4º	1	Marketing y Dirección de Comunicación	4,5	6,75	1,35							1				1	1				
4º	1	Dirección de Recursos Humanos	4,5	6,24	1,69								1	1	1	1			1		
4º	1	Seminario de Informática (Reconocimiento créditos)	6	7,84	1,43								1	1							
						6,86	7,15	6,96	7,33	7,95	7,04	8,15	7,04	7,09	7,21	7,02	7,06	7,27	7,22	7,94	7,18

Fuente Comisión de la Titulación

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Marketing

(GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Competencias Generales

Curso	Semestre	Asignatura	Créditos	MEDEIA 16/17	DESVIACIÓN 16/17	CG17	CG18	CG19	CG20	CG21	CG22	CG23	CG24	CG25	CG26	CG27	CG28	CG29	CG30	CG31
1º	1	Marketing y Técnicas de Comunicación	6	6,36	1,21		1			1		1			1					
1º	1	Introducción a la Empresa	6	5,81	1,37		1			1										
1º	1	Matemáticas Empresariales	6	7,32	2,30					1	1									
1º	1	Historia Económica y del Marketing	6	6,68	1,39		1	1			1	1		1		1				
1º	1	Sociología de la Empresa	6	6,27	1,97	1		1			1		1			1				
1º	2	Introducción al Marketing	6	5,82	1,65	1	1	1	1	1	1				1		1			
1º	2	Historia de la Cultura Comercial y Sociedad	6	6,72	1,67															
1º	2	Estadística Aplicada al Marketing	6	5,10	2,15															
1º	2	Derecho Civil	6	5,14	1,90		1			1		1			1					
1º	2	Informática Aplicada al Marketing	6	7,10	1,61	1			1								1			
2º	1	Economía I: Microeconomía	6	5,37	1,86			1			1		1	1		1				
2º	1	Análisis Económico-Financiero en Marketing I	4,5	6,40	1,86					1							1	1		
2º	1	Psicología Aplicada al Marketing	4,5	6,36	1,34	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1		
2º	1	Dirección Estratégica	4,5	6,19	1,87					1				1						
2º	1	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado	4,5	5,74	1,67					1							1			
2º	2	Marketing Estratégico	4,5	6,48	1,44	1	1		1	1	1				1		1			
2º	2	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo	6	6,55	1,77		1	1								1	1	1	1	
2º	2	Economía II: Macroeconomía	6	5,99	1,23					1							1			
2º	2	Análisis Económico-Financiero en Marketing II	4,5	5,73	2,13		1	1		1	1				1					1
2º	2	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing	4,5	6,98	1,31					1										
2º	2	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	4,5	5,42	1,29					1							1	1		
2º	2	Inglés IV - Idioma Moderno	6	7,33	1,25															
3º	1	Política de Comunicación	6	6,76	1,39	1	1	1				1		1	1		1			
3º	1	Comportamiento del Consumidor	4,5	7,02	1,21	1	1	1		1			1				1			
3º	1	Política de Producto	6	7,46	1,72	1	1	1						1	1		1			
3º	1	Dirección de Ventas	4,5	6,50	1,85			1		1										
3º	1	Investigación de Mercados I	4,5	7,01	1,55	1	1		1	1	1							1	1	
3º	1	Marketing Industrial y de Servicios	4,5	6,66	1,70		1			1										
3º	2	Política de Distribución	6	7,37	1,52	1	1	1		1			1				1			
3º	2	Política de Precios y Costes	6	6,33	1,98	1	1	1		1			1				1			
3º	2	Investigación de Mercados II	4,5	6,23	1,47	1	1				1	1	1			1	1	1	1	
3º	2	Técnicas de Negociación Comercial	4,5	7,91	1,24		1	1		1				1			1			
3º	2	Marketing Relacional, Directo e Interactivo	4,5	7,81	1,36		1	1		1							1			
3º	2	Marketing y Sistemas de Información Aplicados	4,5	6,35	1,44		1	1		1							1			
4º	A	Prácticas Externas	24	8,90	0,87	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4º	A	Trabajo Fin de Grado	6	7,92	1,11		1	1		1	1	1		1	1					1
4º	1	Plan de Marketing	6	7,31	1,20	1				1	1				1		1			
4º	1	Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior	4,5	7,49	1,16															
4º	1	Análisis y Previsión de Ventas	4,5	7,51	1,53															
4º	1	Marketing y Dirección de Comunicación	4,5	6,75	1,35		1	1		1							1		1	
4º	1	Dirección de Recursos Humanos	4,5	6,24	1,69	1		1	1	1	1		1		1		1			
4º	1	Seminario de Informática (Reconocimiento créditos)	6	7,84	1,43	1														
240						7,28	7,03	7,11	7,74	6,90	7,15	7,28	7,30	7,57	7,21	7,46	7,06	7,51	7,88	8,32

Fuente Comisión de la Titulación

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Marketing

(GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Competencias Específicas

Curso	Semestre	Asignatura	Créditos	MEDIA 16/17	DESVIACIÓN 16/17	CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8	CE9	CE10	CE11	CE12	CE13	CE14	CE15	CE16	CE17	CE18	CE19	CE20	
2º	1	Marketing y Técnicas de Comunicación	6	6,36	1,21		1		1																1	
2º	1	Introducción a la Empresa	6	5,81	1,37	1	1																			
2º	1	Matemáticas Empresariales	6	7,32	2,30									1		1		1								
2º	1	Historia Económica y del Marketing	6	6,68	1,39			1	1	1	1							1	1				1	1		
2º	1	Sociología de la Empresa	6	6,27	1,97		1	1	1		1															
2º	2	Introducción al Marketing	6	5,82	1,65		1	1						1		1		1								
2º	2	Historia de la Cultura Comercial y Sociedad	6	6,72	1,67						1					1										
2º	2	Estadística Aplicada al Marketing	6	5,10	2,15								1	1				1	1							
2º	2	Derecho Civil	6	5,14	1,90		1		1																	
2º	2	Informática Aplicada al Marketing	6	7,10	1,61								1													
2º	1	Economía I: Microeconomía	6	5,37	1,86				1																	
2º	1	Análisis Económico-Financiero en Marketing I	4,5	6,40	1,86																					
2º	1	Psicología Aplicada al Marketing	4,5	6,36	1,34											1		1						1		
2º	1	Dirección Estratégica	4,5	6,19	1,87											1		1								
2º	1	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado	4,5	5,74	1,67																					
2º	2	Marketing Estratégico	4,5	6,48	1,44		1	1	1	1		1			1	1		1	1					1		
2º	2	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo	6	6,55	1,77				1	1					1			1	1					1		
2º	2	Economía II: Macroeconomía	6	5,99	1,23						1															
2º	2	Análisis Económico-Financiero en Marketing II	4,5	5,73	2,13				1	1																
2º	2	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing	4,5	6,98	1,31											1								1		
2º	2	Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social	4,5	5,42	1,29						1	1														
2º	2	Inglés IV - Idioma Moderno	6	7,33	1,25		1																			
3º	1	Política de Comunicación	6	6,76	1,39											1				1	1	1			1	
3º	1	Comportamiento del Consumidor	4,5	7,02	1,21											1		1						1	1	
3º	1	Política de Producto	6	7,46	1,72											1								1	1	
3º	1	Dirección de Ventas	4,5	6,50	1,85				1																	
3º	1	Investigación de Mercados I	4,5	7,01	1,55				1	1					1	1		1	1							
3º	1	Marketing Industrial y de Servicios	4,5	6,66	1,70				1																	
3º	2	Política de Distribución	6	7,37	1,52							1	1	1	1	1		1					1	1		
3º	2	Política de Precios y Costes	6	6,33	1,98				1	1					1	1	1	1					1	1		
3º	2	Investigación de Mercados II	4,5	6,23	1,47				1	1					1	1	1									
3º	2	Técnicas de Negociación Comercial	4,5	7,91	1,24																					
3º	2	Marketing Relacional, Directo e Interactivo	4,5	7,81	1,36										1	1	1	1	1							
3º	2	Marketing y Sistemas de Información Aplicados	4,5	6,35	1,44										1	1	1	1	1							
4º	A	Prácticas Externas	24	8,90	0,87		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
4º	A	Trabajo Fin de Grado	6	7,92	1,11				1	1																
4º	1	Plan de Marketing	6	7,31	1,20				1	1	1															
4º	1	Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior	4,5	7,49	1,16																					
4º	1	Análisis y Previsión de Ventas	4,5	7,51	1,53				1	1								1								
4º	1	Marketing y Dirección de Comunicación	4,5	6,75	1,35				1	1					1	1		1	1						1	
4º	1	Dirección de Recursos Humanos	4,5	6,24	1,69				1																	
4º	1	Seminario de Informática (Reconocimiento créditos)	6	7,84	1,43																					
						240	7,31	7,04	7,19	6,99	7,51	7,33	7,90	7,73	7,06	7,49	7,44	7,99	7,21	7,57	8,25	8,07	8,22	8,22	7,57	7,88

Fuente Comisión de la Titulación

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Marketing

(GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Obteniendo las siguientes medias:

Grado en Marketing	2014/15	2015/16	2016/17	Variación
Media Competencias Generales	7,32	7,37	7,33	-0,54%
Media Competencias Específicas	7,51	7,62	7,60	-0,26%
Media Competencias	7,41	7,49	7,46	-0,40%

Análisis de Datos y Conclusiones:

Todos los niveles de competencia se mantienen estables desde el curso 2014/2015 lo que se considera adecuado.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Marketing

(GRMK) Curso Académico 2016/2017

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	6,86					1	1		
CG2	7,15					1			
CG3	6,96						1	1	
CG4	7,33							1	
CG5	7,95				1	1			
CG6	7,04				1		1		
CG7	8,15				1		1		
CG8	7,04			1			1		1
CG9	7,09			1			1		1
CG10	7,21				1	1	1		
CG11	7,02					1			
CG12	7,06								1
CG13	7,27	1		1				1	
CG14	7,22	1				1		1	
CG15	7,94	1				1		1	
CG16	7,18	1	1	1				1	1
CG17	7,28	1	1	1		1		1	
CG18	7,03			1		1	1		1
CG19	7,11	1	1	1		1	1		
CG20	7,74	1		1		1	1		
CG21	6,90								1
CG22	7,15	1	1	1		1	1		
CG23	7,28					1	1	1	
CG24	7,30	1		1				1	
CG25	7,57								1
CG26	7,21					1			
CG27	7,46	1	1	1					
CG28	7,06					1			
CG29	7,51						1		
CG30	7,88					1			
CG31	8,32						1	1	
CE1	7,31	1				1	1		
CE2	7,04	1			1	1			
CE3	7,19				1		1		
CE4	6,99				1	1	1	1	
CE5	7,51					1	1	1	
CE6	7,33				1				
CE7	7,90				1	1			
CE8	7,73				1	1			1
CE9	7,06					1	1		
CE10	7,49				1	1			
CE11	7,44	1			1		1		
CE12	7,99				1	1	1		
CE13	7,21					1	1		
CE14	7,57				1	1	1	1	
CE15	8,25					1	1		
CE16	8,07						1		
CE17	8,22					1	1	1	
CE18	8,22	1				1	1	1	
CE19	7,57				1	1	1	1	1
CE20	7,88					1	1	1	1
		7,41	7,24	7,24	7,51	7,47	7,48	7,53	7,30

Fuente Comisión de la Titulación

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

MECES 2007

MECES Generales

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

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

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

MECES Específicas de GRADO

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

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

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

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

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

Obteniendo la siguiente media

	2014/15	2015/16	2016/17	Variación
Media MECES 2007	7,37	7,44	7,40	-0,54%

Análisis de Datos y Conclusiones:

En relación con MECES se mantiene el mismo nivel de competencias desde el curso 2014/2015, lo que considera adecuado.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

7.7 Gestión de sugerencias y reclamaciones

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

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

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Reconocimientos Grado en Marketing

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se informa a todos los Grupos de Interés, mediante envíos de Comunicados, cómo 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.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Marketing

(GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

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

Dichas quejas se han producido en su mayoría por el cambio en el Campus Virtual, el cual ha generado alguna incidencia y en las reuniones con los Delegados han sido temas referentes a: limpieza de los baños, conexiones wifi, algún tema puntual de aulas de clase.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

7.8 Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés

7.8.1 Satisfacción de los Alumnos

Satisfacción con el profesorado

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

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

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

GRADO EN MKT – 2016/2017	1º Semestre	2º Semestre
1º curso	7,99	6,94
2º curso	7,44	7,4
3º curso	7,55	7,26
4º curso	7,87	7,56

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

En lo referente al resto de cursos, se consideran medias adecuadas, destacando en el primer semestre, las medias obtenidas en 1º curso y 4º curso.

Satisfacción con la titulación

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

En 2016/17 el Índice de Respuesta ha sido del 36,8% (39 alumnos de un total de 106) y el 33,68% respectivamente, incrementando las tasas en un 9% en 2º curso y un 38,5% en 4º curso. El objetivo marcado para considerar respuestas representativas es obtener tasas de al menos un 50%, por lo que, en este curso académico, aunque se considera insuficiente, se analizan los datos obtenidos a continuación. Deben estudiarse aquellos aspectos sobre los que se preguntaron y cuyas desviaciones son superiores a 2,5,

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Marketing

(GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

En el caso de 2º curso, las valoraciones han sido entre 7,90 y 5,87. Aquellos aspectos mejor valorados han sido: “Fortalecer e incrementar mis conocimientos, Despertar inquietudes emprendedoras, Personal Docente, Documentación soporte, Formación en habilidades con herramientas informáticas, Formación en trabajo en equipo, Aulas de Clase y Aulas de Informática”. Todas ellas con medias superiores a 7,5 y cuyas desviaciones no superan el índice de 2,5 lo que se consideran respuestas representativas del grupo encuestado.

Por otro lado, aquellas variables cuyas medias se sitúan por debajo de 6 han sido: “Potenciar mi red de contactos en el mundo empresarial, Tutorías, Canales para realizar felicitaciones, quejas y sugerencias y Espacios y accesibilidad de la Biblioteca”. El 75% de dichas variables superan el índice de 2,5 en desviación típica lo que desprende que las respuestas son dispersas y por tanto no homogéneas, del grupo encuestado.

De los resultados obtenidos en las encuestas de 4º curso, las valoraciones han sido entre 8,0 y 5,0. Las variables mejora valoradas han sido: “Fortalecer e incrementar mis conocimientos, Formación en trabajo en equipo, Personal Docente, Optar a Prácticas Externas en Empresa a través de Dpto. de Prácticas Profesionales de ESIC, Optar a Puestos de Trabajo en Empresa a través del Dpto. de Carreras Profesionales de ESIC y las Aulas de Clase”, todas ellas con medias superiores a 7,5 y el 83,3% de dichas variables no superan el índice 2,5 en la desviación típica, lo que se consideran respuestas homogéneas del grupo encuestado.

Los aspectos que han obtenido medias inferiores a 6 han sido: “Servicios de fotocopias, Atención mediante canales web, Canales para realizar felicitaciones, quejas y sugerencias, Distribución de trabajos a lo largo del curso, Actividades de tutorización en el estudio del curso”. Dichos aspectos el 80% alcanza el índice 2,5 en la desviación lo que se consideran respuestas dispersas y por tanto se hará seguimiento de los mismos.

Análisis de Datos y Conclusiones:

En líneas generales los resultados obtenidos se consideran adecuados y cabe destacar que aquellas variables con medias inferiores desprenden desviaciones altas lo que no se consideran homogéneas del grupo encuestado.

Con respecto a la propuesta de mejora declarada en el Informe del curso anterior se desprende que los alumnos no identifican como mejora la puesta en marcha de la Planificación de las piezas de evaluación para su organización de las mismas. Se hará estudio de dicha variable en los diferentes cursos y se mantiene vigente para el siguiente curso.

Propuestas de Mejoras al Indicador

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

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

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

Responsables: Tutores de grupo

Procedencia de la Mejora: Reunión de Delegados

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.GRMK.008

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

Grado de Implantación. Realizado. Aunque se ha puesto en marcha en este curso, el alumno no lo percibe y así se traslada en las encuestas. Se mantiene vigente para el curso siguiente con el objetivo de mejorar dicho ítem ya que se considera una mejora para el alumnado.

7.8.2 Satisfacción de Egresados

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

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

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

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

La encuesta se realizó a los Egresados del Título de los siguientes cursos: 2012/2013 y 2013/2014. Una muestra de 101 Egresados los cuales, valoraron tanto el nivel de formación obtenida en ESIC, así como el nivel de utilidad y repercusión en su actual/último empleo. El periodo de encuestación fue durante los meses de julio, agosto y septiembre, haciendo refuerzo durante el último mes. La tasa de respuesta fue del 8,9%, lo que se considera insuficiente y por tanto no representativa.

La media global respecto al nivel de formación obtenida en ESIC fue de 7,07 (15 ítems valorados).

Los aspectos mejor valorados fueron, el Trabajo en Equipo: Capacidad de compromiso con un equipo, hábito de colaboración y trabajo solucionando conflictos que puedan surgir, la Formación Teórica y la Toma de decisiones y solución de problemas: localización del problema, identificar causas y alternativas de solución, selección y evaluación de la más idónea. Todos ellos con medias superiores a 7,5 y desviaciones por debajo de 2, lo que se considera respuestas representativas.

Se sugiere un seguimiento de aquellas variables cuyas desviaciones son superiores a 2,5. En este caso el 46,6% de las respuestas superan este indicador.

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

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

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

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

Tal y como quedó reflejado en el apartado 3.7.1. *Ratios de Inserción por Actividades Profesionales*, como consecuencia del bajo índice de respuesta de las encuestas realizadas, se llevó a cabo un estudio en LinkedIn (1ª red profesional por número de contactos y notoriedad entre perfiles

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

profesionales), accediendo a la información contenida en dicha red para nuestros egresados, con el fin de completar la información de la encuesta de la Política de Inserción Laboral de ESIC.

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

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

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

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

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

Propuestas de Mejora al Indicador

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

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

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

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

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Título Grado en Marketing.

Tiempo Realización: 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.GMK.003

Indicador: Tasa de respuesta, media y desviación

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Marketing

(GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

7.8.3 Satisfacción de Personal Docente

7.8.3.1 Satisfacción del Personal Docente respecto a la Titulación

En el curso 2016/2017 se realiza la **Encuesta dirigida a los Profesores** que imparten clases en este Título, cuyo índice de participación fue del 75,5%, lo que significa que son resultados representativos dado que supera la tasa mínima establecida (50,0%), con unos resultados positivos que variaron entre el 7,73 y el 9,49 sobre 10, y satisfacción media (promedio de los 15 ítems incluidos en el cuestionario) del Claustro de Profesores de la Titulación del 8,8, lo que supone un incremento del 3,5% respecto al 2015/2016.

Las variables mejor valoradas han sido: “podido desarrollar el temario teórico previsto, las actividades prácticas, así como las actividades de evaluación y el número de alumnos presentados a la evaluación de la última convocatoria”, todas estas variables valoradas por encima de 9 y con desviaciones bajas lo que desprende resultados homogéneos y por tanto representativos. Cabe destacar que ninguna variable ha obtenido una media inferior a 7,5 lo que indica una mejora frente a los resultados obtenidos el curso anterior ya que el ítem sobre los conocimientos previos del alumno había sido valorado por debajo de 7. Todos los aspectos sobre los que se preguntaron se dan por válidos al tener desviaciones adecuadas.

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

Resultados del programa	Media	Desv. Típica
¿Ha sido posible desarrollar todo el temario teórico previsto?	9,38	1,01
¿Ha sido posible desarrollar las actividades prácticas previstas?	9,27	0,90
¿Se han desarrollado las tutorías?	9,00	1,62
¿Han asistido la mayoría de los estudiantes regularmente a clase?	8,57	0,99
¿Le parece que los conocimientos previos del alumno son adecuados para el aprendizaje de la materia?	7,73	1,74
Libros de consulta en la Biblioteca o entregados al Alumno	8,84	1,26
Documentaciones accesibles en formato electrónico	8,95	1,29
Servicio de datos fijos (accesibilidad a ordenadores, calidad de los equipos, acceso a red, etc.)	8,73	1,30
Servicios de datos móviles (WIFI) (cobertura, facilidad de conexión, etc.)	8,43	1,56
Aula	8,54	1,32
Salas de Reuniones y/o Despachos	8,16	2,19
¿Ha realizado las actividades de evaluación previstas?	9,49	0,69
¿Cree que el seguimiento docente y/o la evaluación continua han servido para mejorar los resultados de la materia?	8,81	1,41
¿Valore cuantos alumnos se han presentado a la evaluación de la última convocatoria?	9,03	1,17
¿Está satisfecho con los resultados logrados en su materia en la última convocatoria cursada?	8,73	1,30

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los datos de participación y los propios resultados se pueden valorar como satisfactorios y adecuados. Cabe destacar aspectos que se han mejorado frente al curso académico anterior.

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

7.8.3.2 Satisfacción del Personal Docente respecto a las Infraestructuras e Instalaciones

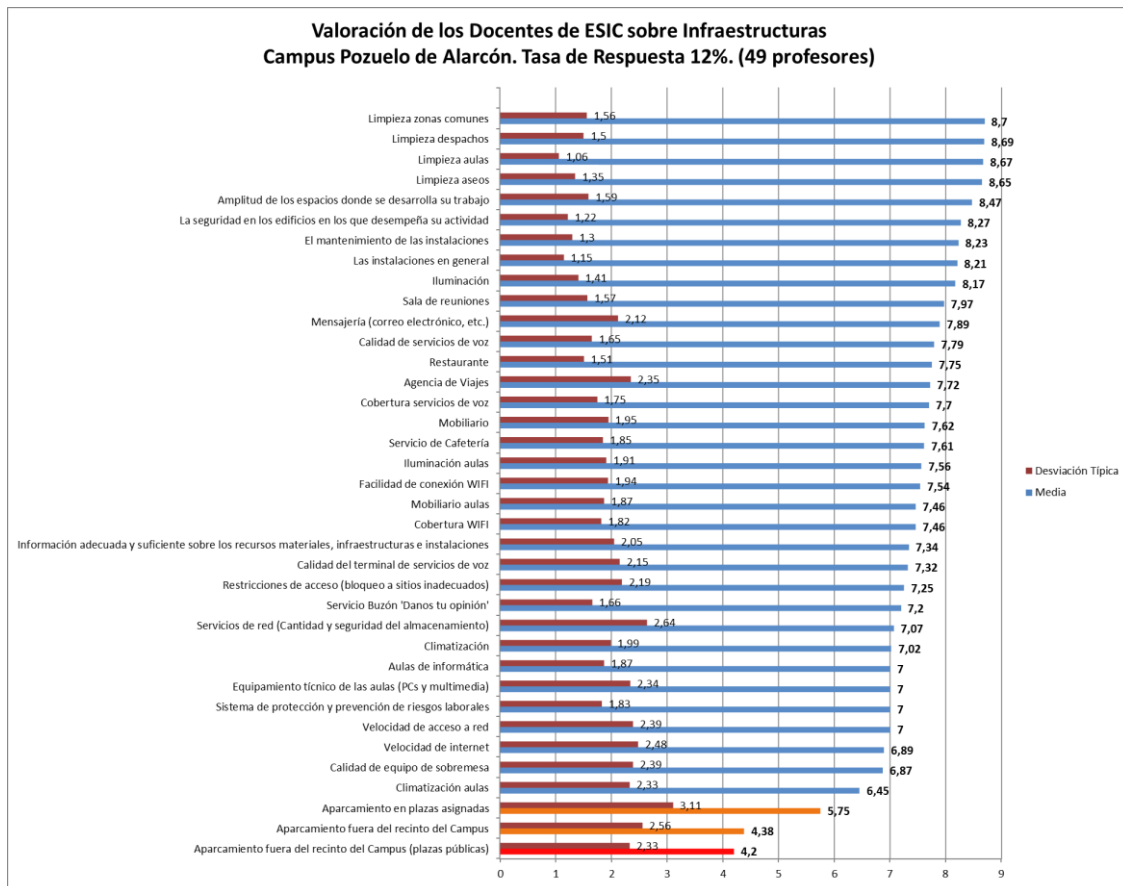
En el 2016 se realizó una **Encuesta dirigida al Personal Docente** con el objetivo de valorar las Infraestructuras e Instalaciones del Campus Pozuelo, cuyo índice de participación fue del 12%, lo que considera insuficiente y por tanto una tasa no representativa. La satisfacción media (promedio de los 37 ítems incluidos en el cuestionario) del Personal Docente del Campus se situó sobre el 7,40.

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

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

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School



Análisis de Datos y Conclusiones:

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

Propuestas de mejora al Indicador

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

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

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

Responsables: Secretaría General y Dirección de Calidad y Acreditaciones

Procedencia de la Mejora: Dirección de Calidad y Acreditaciones

Área de aplicación: ESIC

Tiempo de realización: 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.006

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Marketing

(GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

7.8.4 Satisfacción de Personal No Docente

7.8.4.1 Satisfacción del Personal No Docente respecto a la Titulación

En el 2016/2017 se realiza la **Encuesta dirigida al Personal de Apoyo** de este Título, cuyo índice de participación fue del 63,8%, lo que implica un incremento de 2,5 puntos porcentuales frente al curso anterior y con unos resultados positivos que variaron entre el 8,43 y 7,40 sobre 10 y la satisfacción media (promedio de los 9 ítems incluidos en el cuestionario) del Personal de Apoyo de la Titulación del 7,93, lo que significa que se incrementa en más de un 8% con respecto al curso anterior.

Las variables mejor valoradas fueron: “la relación con los profesores, la relación con los estudiantes del Título y el acceso a la información sobre aspectos docentes necesaria para atender a los estudiantes (fechas y requisitos de matriculación, aulas, horarios, etc.)”, todas ellas con medias iguales o superiores a 8,10 y cuyas desviaciones son bajas.

Por otro lado, aquellos aspectos con medias inferiores a 7,5 han sido: “Personal de administración suficiente para atender correctamente la gestión administrativa del título y Personal de servicios suficiente (Oficina Internacional, Dpto. Prácticas, TIC, etc.) para atender correctamente a estudiantes y/o profesorado del título” aunque cabe destacar que las medias obtenidas han sido, 7,40 y 7,47 respectivamente, lo que se considera resultados adecuados.

Se hará seguimiento de aquellos ítems cuyas desviaciones superen el índice 2,5 que en este caso han sido: “la gestión de los procesos administrativos comunes con la Universidad a la que el Título está adscrito y Personal de servicios suficiente (Oficina Internacional, Dpto. Prácticas, TIC, etc.) para atender correctamente a estudiantes y/o profesorado del título”

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

	Media	Desv. Típica
Acceso a la información sobre aspectos docentes necesaria para atender a los estudiantes (fechas y requisitos de matriculación, aulas, horarios, etc.)	8,23	2,28
Relación con los estudiantes del título	8,10	2,06
Relación con el profesorado del título	8,43	2,19
Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, de fechas de exámenes, etc.)	8,03	2,80
Gestión de los procesos administrativos comunes con la Universidad a la que el título está adscrito (disponibilidad de las actas, plazo de matriculación, etc.)	7,90	2,89
Recursos materiales y tecnológicos disponibles para prestar servicios al estudiante y/o al profesorado del título	7,73	2,02
Personal de administración suficiente para atender correctamente la gestión administrativa del título	7,40	2,90
Personal de servicios suficiente (Oficina Internacional, Dpto. Prácticas, TIC, etc.) para atender correctamente a estudiantes y/o profesorado del título	7,47	2,47
Nivel de satisfacción general con la gestión de los aspectos académicos-administrativos-servicios del título	8,07	1,72

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

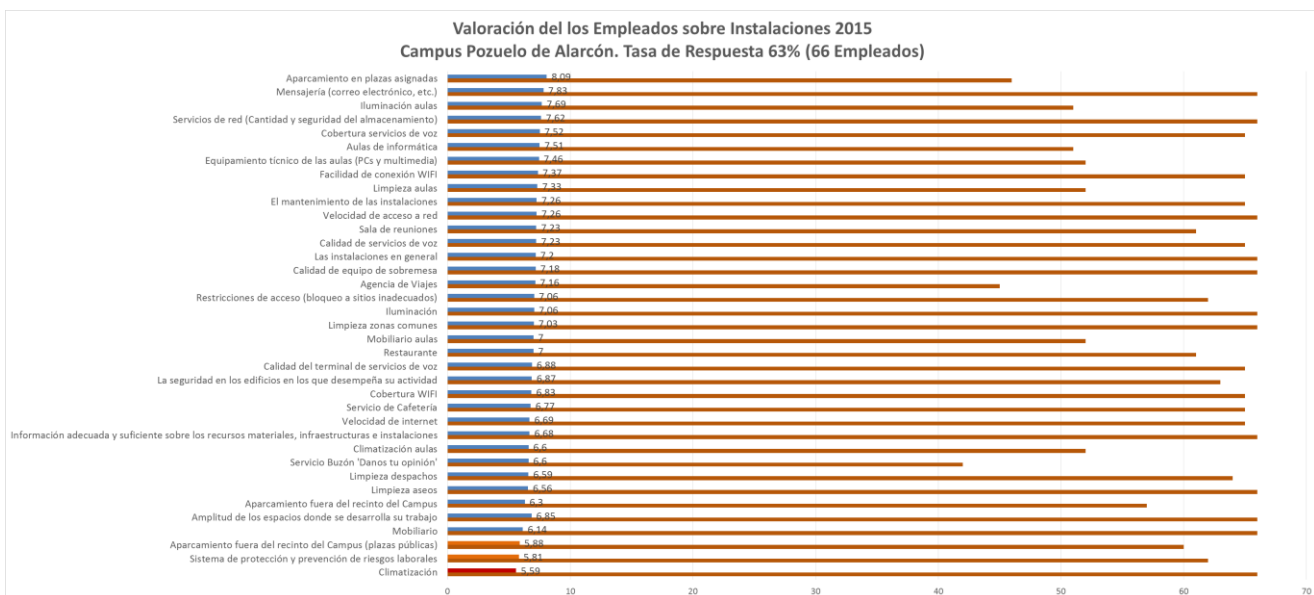
7.8.4.2 Satisfacción del Personal No Docente respecto a las Infraestructuras y Clima Laboral

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

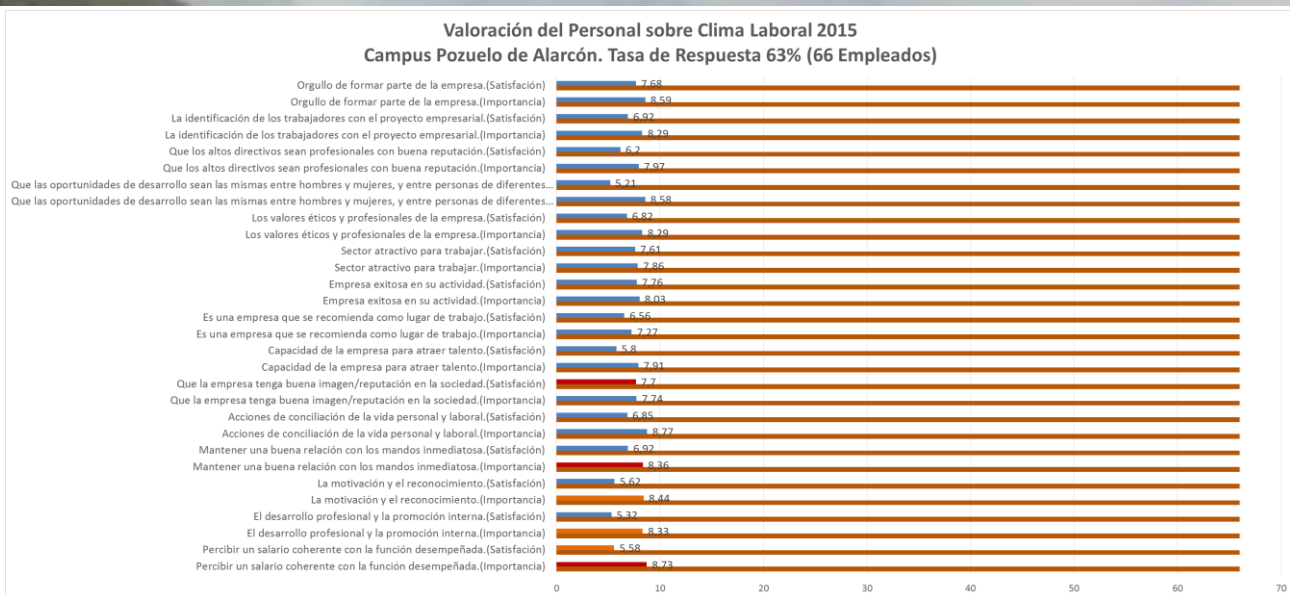
La encuesta y tabulación está realizada por el Instituto de la Economía Digital – ICEMD.

Las variables mejor valoradas con respecto a las Infraestructuras del Campus, fueron aquellas relacionadas con el aparcamiento en las plazas asignadas y servicios de red. Otros aspectos destacados fueron, Limpieza, Mantenimiento e Instalaciones en general del Campus. Deben estudiarse aquellos aspectos sobre los que se preguntaron y cuyas desviaciones son superiores a 2,5, por lo que se recomienda un seguimiento y análisis de aspectos tales como los relacionados a la climatización, mobiliario y amplitud de los espacios de trabajo.

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



Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School



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

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

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

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

Responsables: Secretaría General y Dirección de Calidad y Acreditaciones

Procedencia de la Mejora: Dirección de Calidad y Acreditaciones

Área de aplicación: ESIC

Tiempo de realización: 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.GRADE.007

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

7.8.5 Satisfacción Agentes Externos

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

7.8.6 Satisfacción Prácticas Profesionales

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

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

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

Para este curso académico 2016/2017, se ha modificado el momento de encuestar al alumno debido a cambios con la plataforma de encuestas y se realizaron una vez finalizado el curso académico.

La tasa de respuesta ha sido de 10,11% lo que significa un incremento 19,6% con respecto al curso anterior. Dicha tasa no se considera suficiente al no superar el índice mínimo establecido (50,0%), aunque se procede a analizar los datos obtenidos.

En dicha encuesta se valoran 36 ítems en escala del 1 a 10 la encuesta. La media global ha sido de 7,75, lo se considera una media adecuada.

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

- Información y asignación de los programas de prácticas externas.
 - Media: 6,6
- Empresa o institución donde se desarrollan las prácticas
 - Media: 8,1
- Tutor Académico de ESIC (Prácticas Curriculares).
 - Media: 8,2
- Tutor externo
 - Media: 8,3
- Formación adquirida
 - Media: 7,8
- Valoraciones generales
 - Media: 8,1

Se deben analizar aquellos aspectos cuyas desviaciones han sido superiores a 2,5 y coinciden en más de un 80% con aquellos que han obtenido medias inferiores a 6,5. El 16,7% de los ítems superan este indicador, por lo tanto, no se consideran respuestas representativas del grupo encuestado.

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los datos obtenidos, pese a la baja tasa de respuesta no representativa, se consideran adecuados y mejores frente a los datos del curso académico anterior.

Se considera necesario una propuesta de mejora con el objetivo de incrementar tasas de respuesta y por tanto obtener resultados que reviertan en mejoras.

Propuestas de Mejoras al Indicador:

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

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

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

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

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

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.008

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

7.8.6.2 Satisfacción de las Prácticas por parte del Tutor Externo

Se ha realizado la Encuesta al Tutor Externo sobre la Valoración de las Prácticas Externas del Grado en Marketing, durante el 2016/2017. Al igual que en las encuestas realizadas al alumnado, debido a un problema con la plataforma el periodo de encuestación ha sido una vez ha finalizado el curso académico.

La Tasa de Respuesta ha sido del 36,36% lo que supone un incremento de más del 200% frente al curso anterior, aunque no se considera representativa al no superar el mínimo establecido (50,0%), se procede a analizar los resultados obtenidos.

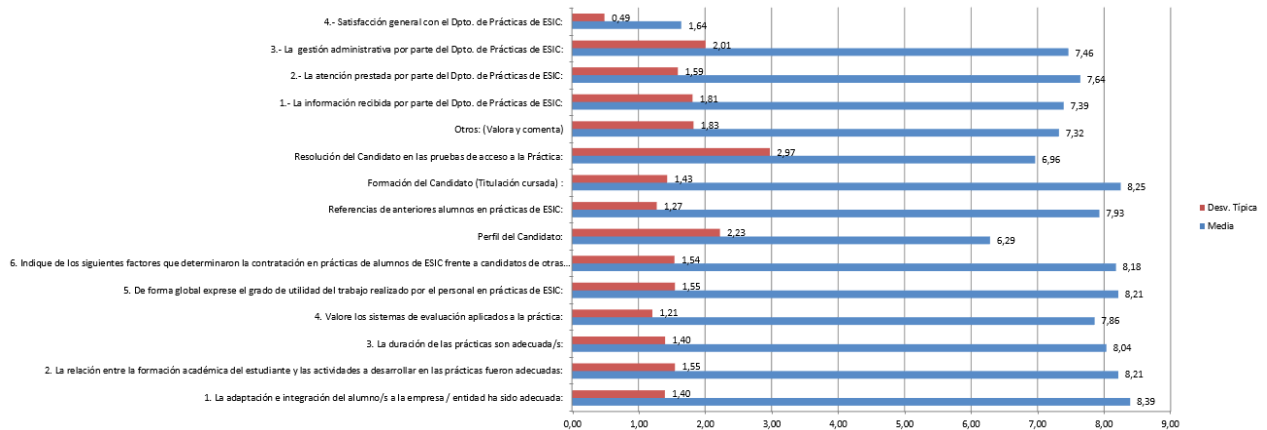
Las valoraciones que han dado los Tutores Externos en la encuesta a las preguntas planteadas, han alcanzado medias desde 6,29 hasta 8,39, en una encuesta de valoraciones de 1 a 10. El promedio global de los 14 ítems ha sido de 7,72.

Los aspectos mejor valorados, con medias superiores a 8,2, han sido “La adaptación e integración del alumno/s a la empresa / entidad ha sido adecuada, La relación entre la formación académica del estudiante y las actividades a desarrollar en las prácticas fueron adecuadas, de forma global exprese el grado de utilidad del trabajo realizado por el personal en prácticas de ESIC y Resolución del Candidato en las pruebas de acceso a la Práctica”, todos ellos con desviaciones bajas, lo que se considera representativo del grupo encuestado.

Por otro lado, la variable cuya media ha sido inferior a 7 ha sido: “Referencias de anteriores alumnos en prácticas de ESIC” cuya desviación no supera el índice 2,5 pero se aproxima lo que indica cierta dispersión en las respuestas de los Tutores encuestados.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

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



Análisis de Datos y Conclusiones:

Los datos obtenidos en la encuesta se consideran resultados bastante positivos y cabe destacar el incremento en la participación de los Tutores a la hora de realizar la encuesta, aunque se sugiere seguir trabajando en mejora la tasa de respuesta.

Se hará seguimiento del ítem cuya media se sitúa por debajo de 7.

Propuestas de Mejoras al Indicador:

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

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

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

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

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

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.008

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

7.8.6.3 Satisfacción de las Prácticas por parte del Tutor Académico

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

La Tasa de Respuesta ha sido del 91,67%, lo que se considera una tasa elevada y por tanto representativa.

Las valoraciones que han dado los Tutores Académicos en la encuesta a las preguntas planteadas han alcanzado medias desde 7,09, hasta 9,27, en una encuesta de valoraciones de 1 a 10. El promedio global de los 11 ítems ha sido de 8,64.

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

Cabe destacar que el aspecto cuya media está por debajo del 7,5, ha sido referente a la adecuada coordinación con el Tutor/a Externo/a (Empresa/Institución), dado que es el Departamento de Prácticas quien establece el contacto con el mismo y no el propio Tutor Académico, es un resultado esperado.

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

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

Valoraciones generales de satisfacción	Tamaño muestral	Media	Desv. Típica
La información facilitada para la correcta tutorización de las prácticas	11	8,73	1,35
La relación entre la formación académica del estudiante y las actividades a desarrollar en las prácticas	11	8,82	0,98
La adecuada adquisición y desarrollo de competencias profesionales para el estudiante en sus prácticas	11	8,73	1,01
La duración de las prácticas ha sido adecuada	11	8,73	1,19
El periodo de realización de las prácticas ha sido adecuado	11	8,82	1,40
Adecuada coordinación con el tutor externo (empresa)	11	7,09	2,26
De forma global, exprese su satisfacción con las prácticas realizadas por el alumnado	11	8,55	1,21
Valore los sistemas de evaluación aplicados (memoria final del alumno, control de asistencia, etc.)	11	7,91	1,45
De forma global, exprese su grado de satisfacción con el Dpto. de Prácticas de ESIC	Tamaño muestral	Media	Desv. Típica
La información recibida	11	9,18	0,98
La atención recibida	11	9,27	1,10
La gestión administrativa	11	9,27	1,01

Análisis de Datos y Conclusiones:

Tanto en la tasa de respuesta como las valoraciones son resultados muy positivos.

Propuestas de Mejoras al Indicador:

No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

7.8.7 Satisfacción Programas de Movilidad

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

7.8.7.1 Satisfacción Movilidad Incoming

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

La Tasa de Respuesta del primer semestre ha sido del 45,65%, y la del segundo semestre ha alcanzado el 57,14%. Cabe destacar la mejora con respecto al curso anterior, alcanzando el mínimo establecido en el 2º semestre y anuales y casi alcanzando ese mínimo en el 1º semestre.

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

	Primer Semestre		Segundo Semestre	
	Media	Desviación	Media	Desviación
Aspectos Generales	7,45	1,69	7,83	1,81
Oficina Internacional de ESIC	6,77	2,61	8,18	1,83
Programa Académico	7,04	2,04	7,38	2,18
Otros Servicios	7,49	1,75	8,09	2,50
Experiencia Internacional en ESIC	7,83	1,85	8,38	1,92

En el primer semestre los aspectos mejor valorados, con medias iguales o superiores a 8 han sido: “Infraestructuras e instalaciones, La jornada de bienvenida, Campus Virtual y Valorar la utilidad de la experiencia en su conjunto”. Todas ellas con desviaciones inferiores a 2,5, lo que se considera respuestas representativas del grupo encuestado.

En el segundo semestre los aspectos mejor valorados, con medias superiores a 8,5 han sido: “Resultados alcanzados con el programa, Información recibida sobre ESIC, la ciudad, etc., Atención (trato, disponibilidad) durante la estancia y Valorar la utilidad de la experiencia en su conjunto”. Todas ellas con desviaciones inferiores a 2,5, lo que se considera respuestas representativas del grupo encuestado.

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

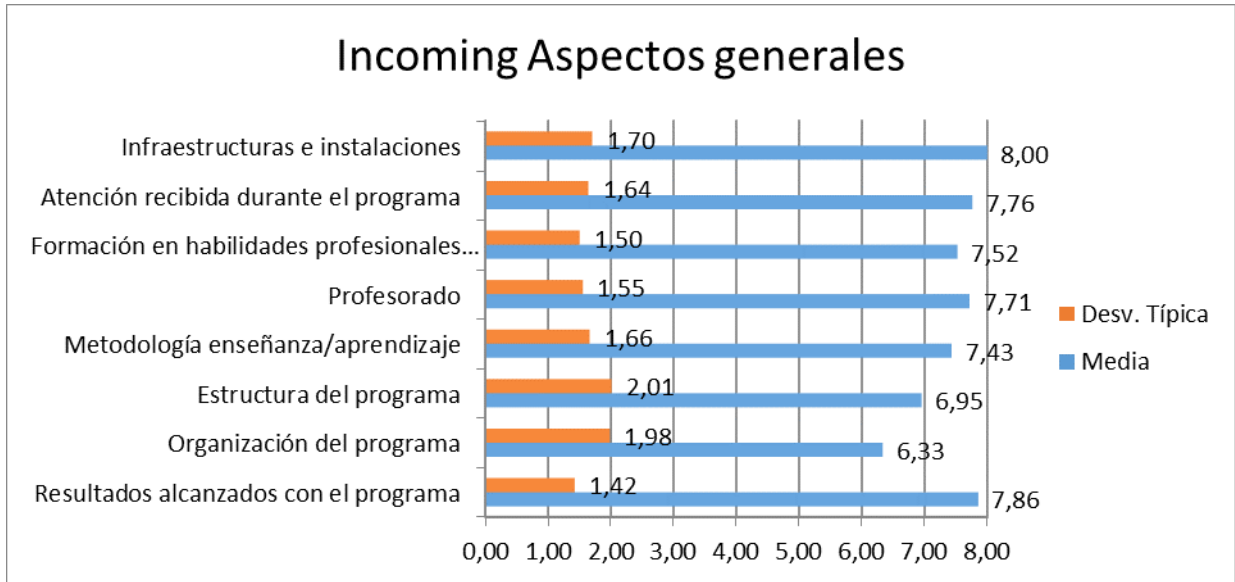
Las variables con medias inferiores a 6, en el primer semestre han sido: “International Study Buddy Experience, y la información del programa recibida antes de venir a ESIC” y con desviaciones típicas superiores a 2,5. En el segundo semestre las variables que han obtenido media más baja, no alcanzado la media de 7 han sido: “International Study Buddy Experience (si aplicable) e Información de programa recibida antes de venir a ESIC” ambas con desviaciones superiores a 2,5, lo que se consideran respuestas dispersas.

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

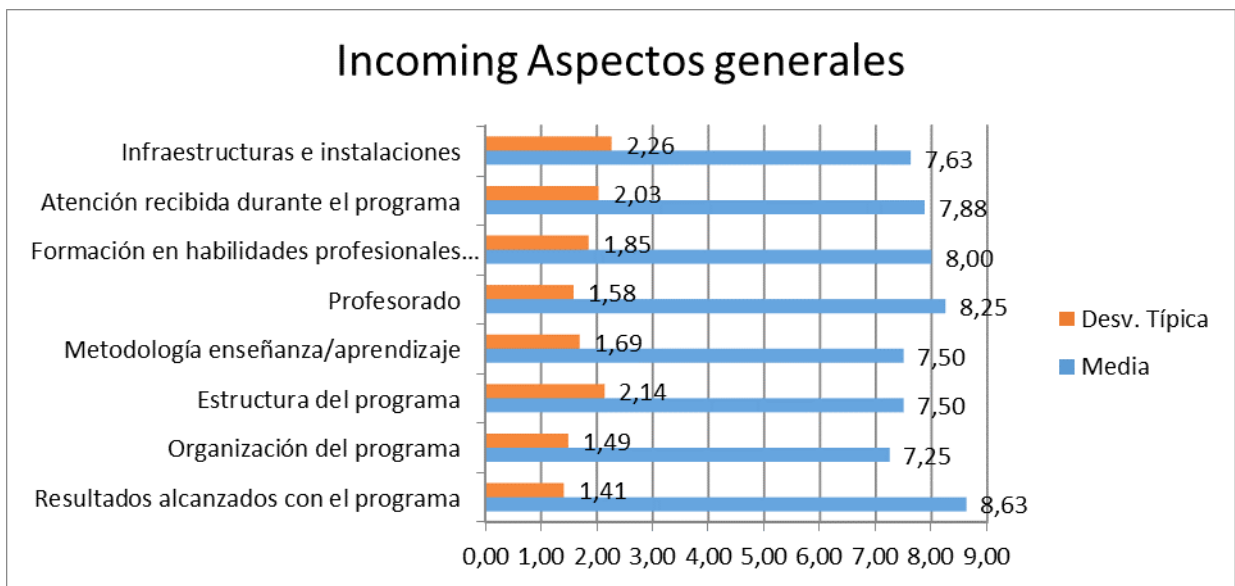
Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Aspectos Generales del Primer Semestre 2016/2017:



Aspectos Generales del Segundo Semestre y Programas Anuales 2016/2017:



Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017 ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se destaca el incremento en la tasa de respuesta frente al curso académico anterior. Los resultados son muy positivos en líneas generales. Se hará seguimiento de aquellos cuyas medias son más bajas y desviaciones superiores a 2,5.

Se fomentará la mejora de aquellos ítems cuyas medias son superiores a 7,5.

Propuestas de Mejoras al Indicador:

No procede

7.8.7.2 Satisfacción Movilidad Outgoing

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

La Tasa de Respuesta del primer semestre ha sido del 77,8%, y la del segundo semestre ha alcanzado el 42,9%. Cabe destacar que en el primer semestre la tasa de respuesta alcanza el mínimo establecido (50,0%) lo que se considera representativo y en el 2º semestre y anual casi supera dicho índice, por lo que procedemos a su análisis.

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

	Primer Semestre		Segundo Semestre	
	Media	Desviación	Media	Desviación
Aspectos Generales	7,07	1,44	8,54	1,48
Oficina Internacional de ESIC	6,18	2,92	8,88	1,36
Coordinación académica	6,21	2,04	8,75	0,98
Estancia internacional	8,05	1,47	9,33	0,93
Valorar la atención (trato, disponibilidad, apoyo) de:	7,33	0,92	8,72	1,07

En el primer semestre los aspectos mejor valorados, con medias iguales o superiores a 7,3, han sido: "Resultados alcanzados con el programa, Infraestructuras e instalaciones, Valorar la utilidad de la experiencia en su conjunto, Recomendarías el programa académico a futuros alumnos, La Oficina Internacional (o equivalente) de la universidad de destino y Coordinación académica de la universidad de destino". Todas ellas con desviaciones inferiores a 2,5, lo que se considera respuestas representativas del grupo encuestado.

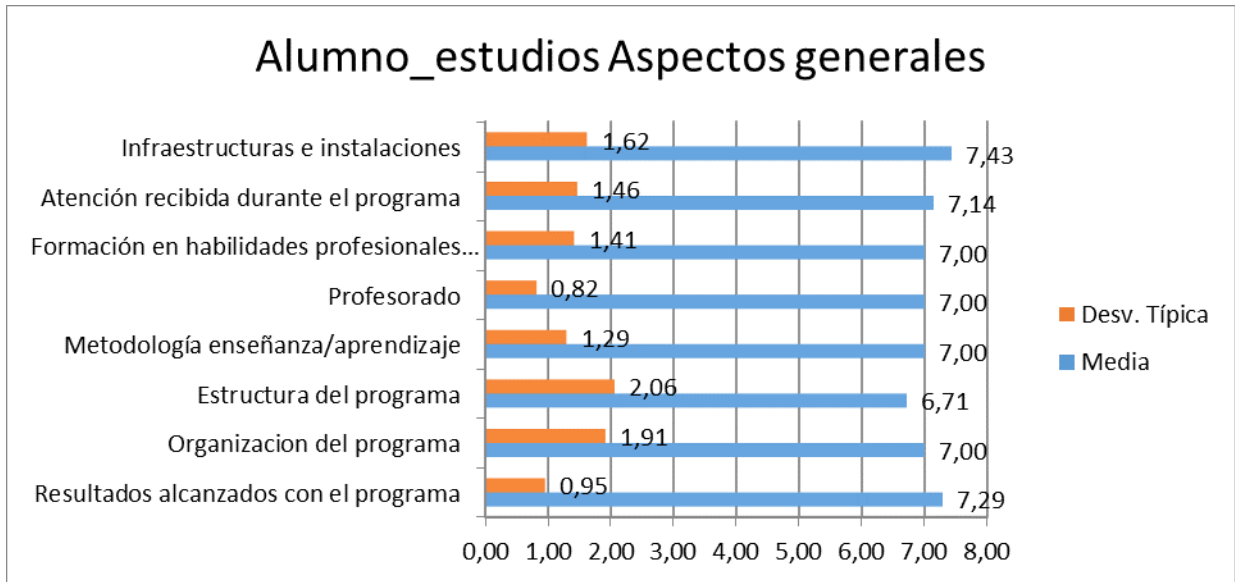
Respecto al segundo semestre, las valoraciones son más positivas en líneas generales destacando que ningún de los ítems encuestados en los diferentes bloques ha obtenido una media inferior a 8 y todos ellos con desviaciones bajas lo que se considera que las respuestas representan la opinión del grupo encuestado.

Las variables con medias inferiores 6,5, en el primer semestre han sido aquellas que están dentro de los bloques: "Oficina Internacional de ESIC y Coordinación Académica" teniendo el primero de ellos desviaciones elevadas por tanto se desprende disparidad en las opiniones del grupo, por el contrario, en el segundo bloque las desviaciones son bajas por lo que se sugiere seguimiento de dichos ítems que son:" Atención (trato, disponibilidad) e Información (trámites, learning agreement))

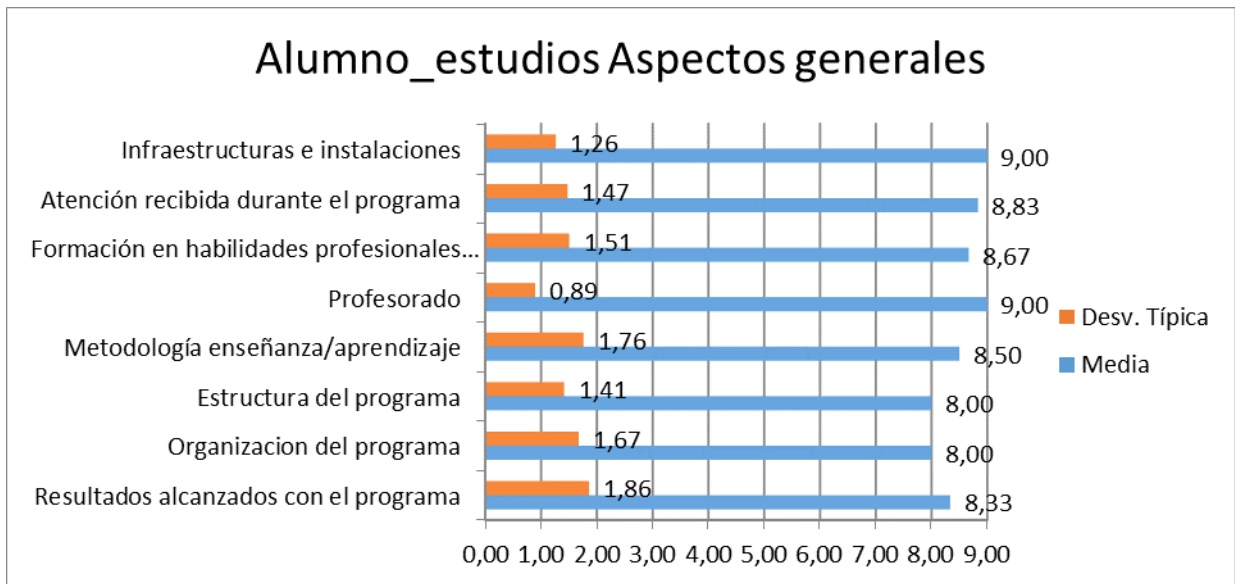
Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Marketing (GRMK) Curso Académico 2016/2017

ESIC Business & Marketing School

Aspectos Generales del Primer Semestre 2016/2017:



Aspectos Generales del Segundo Semestre/Anuales 2016/2017:



Análisis de Datos y Conclusiones:

Se consideran positivos los resultados obtenidos en el primer semestre, aunque susceptible de mejorarse por lo que se debe hacer seguimiento de los ítems valorados en Coordinación Académica. Por otro lado, cabe destacar la mejora en las tasas de respuesta frente al curso académico anterior. Aquellos aspectos mejor valorados se potenciarán en los próximos años.

Propuestas de Mejoras al Indicador:

No procede

7.8.7.3 Satisfacción Movilidad Personal Docente en Programas de Docencia

Debido a un problema con la plataforma de encuestas no se dispone de la información referente a la satisfacción del profesorado del Título con los programas de movilidad. Cuando se disponga de dicha información se procederá a analizar.

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 Seguimiento de Mejoras Propuestas

Grado en Marketing

Campus Madrid 2016/2017

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 Seguimiento de Mejoras Propuestas

Grado en Marketing

Campus Madrid 2016/2017

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Informe Seguimiento de Mejoras Propuestas

Grado en Marketing

Campus Madrid 2016/2017

- 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.

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

- Procedimiento de seguimiento con alumnos y profesores

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

- Procedimiento con Comisiones de Titulación en el Área de Grado

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

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

- Procedimiento de compra externa de documentación

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

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

- Procedimiento reconocimientos de Prácticas:

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

- Procedimiento de Prácticas Externas:

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

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

Informe Seguimiento de Mejoras Propuestas

Grado en Marketing

Campus Madrid 2016/2017

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

- Normativa Académica sobre la asistencia:

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

- Procedimiento de Gestión de Personal Académico:

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

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

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

- Política de conservación de las Piezas de Evaluación:

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

9 PROPUESTAS DE MEJORA PARA CURSO SIGUIENTE

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

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

9.1 Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2016/2017

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

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

Informe Seguimiento de Mejoras Propuestas

Grado en Marketing

Campus Madrid 2016/2017

Las mejoras que se han implantado durante 2016/2017 por Título son:

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

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

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

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

Código: 2015.MEMORIA.GRMK.003

Indicador: Nº de nuevos Doctores Acreditados del Título.

Grado de Implantación: Realizado. Puesta en marcha del Plan de Investigación 2017, por parte del Departamento de Investigación junto con los miembros del Comité de Dirección de ESIC. Puede verse en el siguiente link: http://www.esic.edu/pdf/plan_investigacion_esic.pdf

Mejora: Categoría Académica y vinculación a ESIC del Personal Docente de la Titulación

Causa: Recomendación en el Informe de Evaluación del Seguimiento del Título por parte de la ACAP en el cual se recomienda especificar su categoría académica.

Acciones a Desarrollar: Incorporar la información referente a la Categoría Académica y vinculación a ESIC del Personal Docente en el apartado 1 de la Guía Docente.

Responsables: Área de Grado a través de Directores de Departamento

Procedencia de la Mejora: Informe de Seguimiento del Título. ACAP

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.GRMK.001

Indicador: Guías Docentes Ed.6 del Título 2016 / 2017. Ver en el siguiente [link](#)

Grado de Implantación: Realizado. Puede verse en el apartado 1 de las Guías Docentes del Título en el siguiente link: <http://www.esic.edu/buscador-guias-docentes/?IdP=59>

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

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

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

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

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación GRMK

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.GRMK.002

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

Grado de Implantación: No realizado. Se ha mantenido con respecto a los datos del curso 2015/2016 en los programas de movilidad ERASMUS y MUNDE. En este curso 2016/2017 no ha habido ningún alumno que haya realizado estancias internacionales con HORIZON.

Esta propuesta se seguirá trabajando con el objetivo de incrementar el nº de alumnos de ESIC en programas de movilidad dada la importancia de dicha experiencia para el alumno.

Mejora: Incrementar los índices que están a la baja en el apartado Orientación Profesional de la Titulación tanto en 2º curso como en 4º curso.

Causa: Mejorar la percepción del Alumnado sobre actividades directivas y de emprendimiento.

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

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

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación GRMK

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2016/17

Código: 2016.MEMORIA.GRMK.003

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

Grado de Implantación: Realizado. Se han desarrollado durante este curso académico 4 Master Class, 2 en cada semestre.

Informe Seguimiento de Mejoras Propuestas

Grado en Marketing

Campus Madrid 2016/2017

Mejora: Incrementar la tasa de respuesta de las encuestas de valoración de titulación intermedia y final

Causa: Tasa de respuesta por debajo del 50%, lo que se consideran respuestas no representativas

Acciones a desarrollar: A través de Tutores de grupo, motivar al alumno a dar respuesta con el objetivo de detectar mejoras en la Titulación, así como en ESIC

Responsables: Dirección del Área de Grado y Unidad de Calidad

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

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2016/17

Código: 2016.MEMORIA.GRMK.004

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

Grado de Implantación: Realizado. Se han incrementado las tasas de respuesta de 2º y 4º curso en un 9,33% y en un 38,48% respectivamente. En lo referente a las medias y desviaciones típicas, en ambos cursos la media ha sido de 7,10, pero cabe destacar que en 2º curso un 20% de los ítems encuestados (39 ítems) superan el índice de 2,5 de desviación y en 4º curso, el 80% de 46 ítems encuestados lo supera, por lo que no se consideran respuestas representativas.

Mejora: Incrementar la participación e involucración de los alumnos de 3º y 4º curso en los concursos extra académicos (ESICrea).

Causa: Mejorar el ratio relativo a la participación.

Acciones a Desarrollar: Lanzamiento del concurso a partir de la 3ª semana de septiembre (período de menor saturación de trabajos). Mejorar los contenidos en los canales propios (blog y Redes Sociales), creando un espacio con los trabajos presentados en la historia del Concurso. Comunicar en las aulas de 3º y 4º el briefing del concurso.

Responsables: Miembros del equipo de trabajo.

Procedencia de la Mejora: ESICrea

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.GRMK.005

Indicador: Nº de Alumnos/as participantes 2016-17/ Nº Alumnos/as participantes en el curso anterior

Grado de Implantación: Realizado. Se ha incrementado en un 40% la participación de los alumnos en ESICrea, pasando de 20 alumnos en el 2015/2016 a 28 alumnos los que han participado en el 2016/2017.

Mejora: Incrementar la participación e involucración de los alumnos de 1º y 2º curso en los cursos del Aula Multimedia. Ampliar el portfolio de seminarios integrándolos en un Programa integral de cursos Multimedia.

Causa: Mejorar el ratio relativo a la participación en los Cursos del Aula Multimedia.

Acciones a Desarrollar: Poner en marcha y optimizar los canales propios (blog y Redes Sociales) para la difusión de la información del Programa de Herramientas de Multimedia.

Responsables: Miembros del equipo de trabajo.

Procedencia de la Mejora: Responsable del Aula Multimedia

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.GRMK.006

Indicador: Nº de Cursos del Aula Multimedia / Nº Alumnos/as participantes.

Grado de Implantación: En Proceso. Creación y puesta en marcha del Programa Avanzado en

Herramientas Multimedia (PAHM), dividido en 3 grandes bloques, Photo, Audio y Producción.

Los alumnos que han participado en los cursos del aula multimedia, lo han hecho trabajando con un proyecto social, AUARA.

Este proyecto, PAHM, se ha comunicado a través del Blog y para el curso académico 2017/2018 se harán comunicados además, a través del Campus Virtual de ESIC, con el objetivo de incrementar la participación.

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

Causa: Tasas de rendimiento bajas

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

Responsables: Director del Área de Grado

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

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.GRMK.007

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

Grado de Implantación: Realizado. Se han desarrollado todos los cursos de apoyo planificados y refuerzo por parte del Tutor.

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

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

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

Responsables: Tutores de grupo

Procedencia de la Mejora: Reunión de Delegados

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.GRMK.008

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

Grado de Implantación: Realizado. Los Tutores de cada grupo han desarrollado la Planificación Temporal de las Pruebas de Evaluación, en base a lo planificado por cada profesor en ambos semestres, con el objetivo de solapar pruebas de evaluación de diferentes asignaturas.

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

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

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

Responsables: Departamento de Carreras Profesionales.

Procedencia de la Mejora: Departamento de Carreras Profesionales

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.GRMK.009

Indicador: Informe de Inserción Laboral a través del Observatorio.

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

Informe Seguimiento de Mejoras Propuestas

Grado en Marketing

Campus Madrid 2016/2017

Mejora: Incremento de las tasas de respuesta por parte del alumnado que realiza prácticas académicas externas.

Causa: Baja tasa de respuesta en las últimas encuestas realizadas.

Acciones a Desarrollar: Cambio en la metodología de encuestación. Se realizará un envío a todos aquellos alumnos que hayan realizado prácticas académicas y seguimiento de los mismos con el control de la información.

Responsables: Departamento de Carreras Profesionales.

Procedencia de la Mejora: Departamento de Carreras Profesionales

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.GRMK.010

Indicador: Tasa de Respuestas de Valoración de las Prácticas por parte del Alumnado de la Titulación.

Grado de Implantación: En proceso. Se refuerza mediante comunicados y recordatorios a los alumnos que han realizado Prácticas Externas en el 2016/2017.

Mejora: Incremento de las tasas de respuesta por parte del Tutor Externo.

Causa: Baja tasa de respuesta en las últimas encuestas realizadas.

Acciones a Desarrollar: Cambio en la metodología de encuestación. Se realizará un envío a todos aquellos Tutores Externos que hayan tutorizado a alumnos del Grado en Marketing, en prácticas académicas, durante el curso académico correspondiente. Seguimiento de los mismos con el control de la información.

Responsables: Departamento de Carreras Profesionales.

Procedencia de la Mejora: Departamento de Carreras Profesionales

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.GRMK.011

Indicador: Tasa de Respuestas de Valoración de las Prácticas por parte del Tutor Externo.

Grado de Implantación: En proceso. Se refuerza mediante comunicados y recordatorios a los Tutores Externos que han tutelado alumnos en Prácticas Externas en el 2016/2017 de la Titulación.

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

Causa: La valoración de los alumnos que vienen a ESIC a través de Programas de Movilidad de forma global y no por Titulación.

Acciones a Desarrollar: Generación de bases de datos en base a las asignaturas cursadas por el alumno que viene a ESIC.

Responsables: Oficina Internacional y Unidad de Calidad.

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

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.GRMK.012

Indicador: Análisis de los Resultados Satisfacción del Alumnado que viene a ESIC a través de Programas de Movilidad por Titulación.

Grado de Implantación: Realizado. Durante el curso académico 2016/2017 se realizan las encuestas de satisfacción sobre los Programas de Movilidad, tanto a los alumnos Incoming como a los Outgoing, por Titulación. Se han encuestado a los alumnos por semestres y a aquellos que han realizado el programa de movilidad anual.

Informe Seguimiento de Mejoras Propuestas

Grado en Marketing

Campus Madrid 2016/2017

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

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

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

Responsables: Oficina Internacional y Unidad de Calidad.

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

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.GRMK.013

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

Grado de Implantación: Realizado. Durante el curso académico 2016/2017 se realizan las encuestas de satisfacción sobre los Programas de Movilidad, tanto a los alumnos Incoming como a los Outgoing, por Titulación. Se han encuestado a los alumnos por semestres y a aquellos que han realizado el programa de movilidad anual.

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

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

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

Responsables: Oficina Internacional y Unidad de Calidad.

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

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

Tiempo Realización: 2016/2017

Código: 2016.MEMORIA.GRMK.014

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

Grado de Implantación: Realizado. Durante el curso académico 2016/2017 se realiza la base de datos en base a la Titulación que aplica cada profesor que ha realizado Programas de Movilidad, por lo que se ha encuestado al Personal Docente que imparte docencia en el Grado en Marketing.

9.1.1 Mejoras implantadas en cursos anteriores

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

Grado de Implantación: No se ha reducido frente al curso académico anterior, el incremento ha sido de 0,42pp. La Tasa de Abandono está por debajo de lo estimado en la Memoria del Título verificada, por lo que se considera adecuada pero aun así se seguirá trabajando, en próximos cursos académicos, por reducir dicha tasa

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: 2015/2016

Código: 2015.Memoria.GRMK 001

Grado de Implantación: Realizado.

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

Grado de Implantación: Realizado. Puede verse en el apartado 4.1 del presente Informe

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

Grado de Implantación: Realizado. En el Curso Académico 2015/16 se realiza encuesta a Egresados de 2013, 2014 y 2015 por Titulación. Los resultados de dicha encuesta pueden verse en el presente Informe en el apartado 7.8.2. Además de realiza un Informe de Inserción Laboral por Titulación. Las conclusiones del mismo pueden verse en el mismo apartado y el Informe completo en el siguiente link: <http://www.esic.edu/pdf/informe-insercion-laboral-grmk-2013-2014-2015.pdf>

Informe Seguimiento de Mejoras Propuestas

Grado en Marketing

Campus Madrid 2016/2017

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: 2015/2016
Código: 2015.MEMORIA.GRMK.004

Grado de Implantación: Realizado. Se ha incrementado en un 250% con respecto al curso 2014/2015. Consultar el apartado 4.4 del presente Informe.

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

Grado de Implantación: Realizado, se han optimizado los canales de difusión de los Concursos y del Aula Multimedia.

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

Grado de Implantación: Se han mejorado las tasas de rendimiento de aquellas asignaturas que en el curso académico 2014/2015 estaban por debajo del 65%, pero no se ha superado el indicador objetivo establecido. Seguimiento en el próximo curso de dichas asignaturas.

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

Grado de Implantación: Realizado. Declarados los Tutores Académicos para 4º curso. Puede verse la información referente a los Tutores del Título en el siguiente link: http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=atencion_tutorizacion

Mejora: Mejora de los formatos en los que se hace seguimiento de las Practicas Externas, tanto tutor académico como tutor externo.
Causa: Formatos actuales cubren necesidades de evaluación más centradas en el Real decreto de Prácticas estatal.
Acciones a Desarrollar: Nuevos formatos.
Responsables: Director del Área de Grado y Dirección de Calidad
Tiempo Realización: 2015/16
Código: 2015.MEMORIA.GRMK.005

Grado de Implantación: Realizado. Se realizó grupo de trabajo con Dpto. de Prácticas, Direcciones de Master Universitarios, Coordinación de Prácticas Académicas de Grado y Dirección de Calidad y se acordaron unos formatos más detallados y específicos para cada Título que agrupaba la evaluación

Informe Seguimiento de Mejoras Propuestas

Grado en Marketing

Campus Madrid 2016/2017

establecida por RD Prácticas como las específicas para cada titulación según marca la Guía Docente de Prácticas Externas de cada titulación.

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.

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 – ICEDM. 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 Seguimiento de Mejoras Propuestas

Grado en Marketing

Campus Madrid 2016/2017

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.

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>

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

9.2 Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2017/2018

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

- Colaborar para conseguir un crecimiento global del 10% en el número de nuevos Alumnos en el Área de Grado
- Repensar la Función Académica, focalizando y aportando valor
 - Profesorado
 - Programas
 - Estructura Académica
 - Metodología Docente
 - Investigación
 - Soportes Operativos
- Mejorar la motivación, cualificación y sentido de pertenencia del profesorado
 - Selección nuevos profesores
 - Cualificación/Formación
 - Cercanía/Escucha Activa
 - Desarrollo Profesional

Informe Seguimiento de Mejoras Propuestas

Grado en Marketing

Campus Madrid 2016/2017

- Reconocimientos
- Ofrecer Programas que creen valor a los Alumnos y a las Empresas
 - Sistematizar la escucha del mercado
 - Diseño de nuevos Programas
 - Actualización Programas Existentes
 - Puesta en marcha de nuevos cursos de Programas nuevos
- Reforzar la Metodología Docente, la investigación aplicada y los apoyos operativos

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

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

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

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

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

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

Tiempo Realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.001

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

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

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

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

Responsables: Responsable del Área

Procedencia de la Mejora: Dirección de Calidad y Acreditaciones

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2017/2018

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

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.002

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

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

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

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

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Título Grado en Marketing.

Tiempo Realización: 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.003

Indicador: Tasa de respuesta, media y desviación

Informe Seguimiento de Mejoras Propuestas

Grado en Marketing

Campus Madrid 2016/2017

Mejora: Programa de Fomento y Desarrollo a la Investigación.

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

Acciones a Desarrollar: Plan de Investigación Anual.

Responsables: Departamento de Investigación

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

Tiempo Realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.004

Indicador: Nº actividades investigadoras con respecto al curso anterior.

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

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

Acciones a Desarrollar:

Responsables: Desarrollo Internacional y Oficina Internacional

Procedencia de la Mejora: Comisión de Titulación

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2017/2018

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

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.005

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

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

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

Responsables: Secretaría General y Dirección de Calidad y Acreditaciones

Procedencia de la Mejora: Dirección de Calidad y Acreditaciones

Área de aplicación: ESIC

Tiempo de realización: 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.006

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

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

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

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

Responsables: Secretaría General y Dirección de Calidad y Acreditaciones

Procedencia de la Mejora: Dirección de Calidad y Acreditaciones

Área de aplicación: ESIC

Tiempo de realización: 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.GRADE.007

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

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

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

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

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

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

Área de aplicación: Título Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.008

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

10 CUADRO DE INDICADORES

Ver información sobre indicadores en:

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