



ESIC Business & Marketing School

INFORME ANUAL DE TITULACIÓN
Grado Oficial en Gestión Comercial y
Marketing (GRCM)
CURSO ACADÉMICO 2017/18
Comisión de Titulación
Campus Valencia

Fecha Aprobación del Informe
por parte de la Comisión de Titulación:
1 de julio de 2019

Contenido del informe

1	OBJETIVO DEL INFORME	4
2	PARA LA SOCIEDAD Y EL FUTURO ESTUDIANTE.....	5
2.1	Información previa a la matrícula.....	5
2.2	Características del plan de estudios.....	5
2.3	Justificación del título.....	6
2.4	Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos.....	6
2.5	Atribuciones profesionales del título.....	7
2.6	Competencias que caracterizan el título	7
2.7	Perfil de Ingreso y Egresado	7
2.8	Datos de Matrícula.....	9
2.8.1	Plazas de nuevo ingreso ofertadas	9
2.8.2	Número de alumnos matriculados y bajas	10
3	PARA EL ESTUDIANTE.....	11
3.1	Guías docentes	11
3.2	Planificación temporal del despliegue del plan de estudios	11
3.2.1	Cambios introducidos en el Plan de Estudios (Mejoras implantadas)	11
3.2.2	Grado de cumplimiento	12
3.3	Información relativa a la extinción del plan antiguo.....	16
3.4	Programas de movilidad	16
3.4.1	Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación	16
3.5	Orientación Profesional de la Titulación	17
3.6	Prácticas Profesionales	18
3.7	Inserción laboral de los egresados.....	18
3.8	Proyecto Diversidad	19
3.9	Otros	20
3.9.1	Premios a la Excelencia.....	20
3.9.2	Seguimiento muy cercano alumnos 1º y 2º Cursos	20
3.9.3	Participación de alumnos en los diferentes Concursos y Premios.....	21
3.9.4	Seguimiento alumnos extranjeros.....	21
4	PROFESORADO	22
4.1	Categoría del Profesorado	22
4.2	Actividad investigadora	23
4.3	Calidad del Profesorado	24
4.4	Programas de Movilidad del Profesorado	25
5	OTROS RECURSOS	26
5.1	Recursos físicos	26
5.2	Recursos humanos (PAS).....	26
6	MEMORIA DE ACTIVIDADES.....	28
6.1	Actividades desarrolladas	28

Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)
Curso Académico 2017/18
ESIC Business & Marketing School

7	GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD EN LA TITULACIÓN	29
7.1	Procedimientos (Mapa de Procesos)	29
7.2	Políticas/Procedimientos/Manuales	30
7.3	Comisión Académica de la Titulación	32
7.4	Reuniones otros equipos	36
7.4.1	Tutores	36
7.4.2	Delegados	36
7.5	Evaluación del Aprendizaje	39
7.5.1	Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento	39
7.5.2	Tasas por Materia (Rendimiento, Presentación y Superación)	40
7.5.3	Análisis Evaluación del Aprendizaje	41
7.5.4	Evaluación de las Competencias del Título	43
7.5.5	Evaluación de MECES	45
7.5.6	Alumnos Egresados	47
7.6	Gestión de sugerencias y reclamaciones	47
7.6.1	Reconocimientos por Área/Titulación (Quejas, Felicidades o Sugerencias)	48
7.6.2	Acciones para la mejora de la calidad educativa	48
7.6.3	Seguimiento de las acciones derivadas de las sugerencias y reclamaciones	49
7.7	Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés	49
7.7.1	Satisfacción de los Alumnos	49
7.7.2	Satisfacción de Egresados	51
7.7.3	Satisfacción de Personal Docente	51
7.7.4	Satisfacción de Personal No Docente	52
7.7.5	Satisfacción Agentes Externos	53
7.7.6	Satisfacción Prácticas Profesionales	53
7.7.7	Satisfacción Programas de Movilidad	54
8	RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA (PRIVADAS Y OFICIALES). GRADO DE IMPLANTACIÓN	55
9	PROPUESTAS DE MEJORA	58
9.1	Mejoras implantadas durante el 2018	58
9.2	Propuestas de Mejora para el 2019	58
10	CUADRO DE INDICADORES	59

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

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 Director del Área correspondiente en el mes de octubre.

En base a este Informe y una vez revisado y autorizado, el Director de Área propondrá los Objetivos Académicos para la Titulación para el siguiente curso académico y sobre los cuales, 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 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-de-evaluacion/AUDIT/Fase-de-certificacion-de-la-implantacion-de-los-SGIC>

La página web que incluye la información referida al Grado en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) puede consultarse en: <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia>

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-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=perfil_entrada

Vía de acceso al Primer Curso

	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
Bachillerato/PAU	96,4%	79,3%	73,5%	81,4%	100%
Poseer alguno de los Títulos que habilitan para el acceso a la Universidad	3,6%	20,7%	26,5%	18,6%	0%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente Secretaria Valencia ESIC

Nota media de acceso (PAU)

	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
Nota media de PAU	6,23	6,47	6,81	5,85	7,07

Fuente Secretaria Valencia ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

La vía de acceso para el alumno de este título en curso académico 2017/18 ha sido exclusivamente el bachillerato/PAU y la selectividad.

La nota media de acceso se sitúa en un valor de 7,07.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede.

2.2 Características del plan de estudios

El plan de estudios de la presente titulación puede consultarse en: http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=academica_plan

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

A continuación, se desglosa el número de matriculados desde el curso 2014/15.

Número de matriculados según Plan de Estudios por curso

	Curso	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	Variación
Grado Oficial en Gestión Comercial (GRCM)	1º	29	34	43	33	-23,3%
	2º	23	22	32	42	23,8%
	3º	22	27	24	30	20%
	4º		22	35	35	0%
TOTAL GRCM		74	105	134	140	4,3%

Fuente Secretaria Valencia ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

En el curso 2016/17 el número de alumnos de nuevo ingreso vuelve a presentar un incremento (4,3%) que hace pensar en que el título está consolidado en el mercado.

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.

La Conselleria de Cultura i Educació de la Generalitat Valenciana autorizó la puesta en funcionamiento en ESIC-Valencia de las enseñanzas, por Orden de 23 de octubre de 2000 publicado en el DOGV de 22 de noviembre (http://www.docv.gva.es/datos/2000/11/22/pdf/2000_M9085.pdf).

Relación Oferta-Demanda de la Titulación

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
Plazas Ofertadas (A)	50	50	50	50	50	50
Plazas Demandadas (B)	39	33	30	31	41	16
Ratio: Relación B/A	78,0%	66,0%	60,0%	62,0%	82,0%	32%

Fuente Secretaria Valencia ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

En el curso 2016-2017 la relación entre plazas ofertadas y demandadas se sitúa en el 32%, lo que supone un descenso con respecto al curso académico anterior.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador

2.4 Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos

Los alumnos del Grado en Gestión Comercial y Marketing que deseen convalidar o adaptar asignaturas cursadas en otros centros de carácter oficial, deberán cumplir los requisitos que la Universidad exige para dichas convalidaciones o adaptaciones y solicitarlas en la Secretaría de la Escuela en los plazos que se marquen. La normativa oficial de reconocimiento y transferencias de créditos de la UMH se

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

puede consultar desde este enlace: http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=academica_reconocimiento

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	Variación
Nº Alumnos que solicitan Transferencia de Créditos	7	7	8	10	3	5	60%
Nº Créditos que solicitan para Transferencia de Créditos (total)	240	180	258	252	30	318	166,7%
Nº Reconocimientos de créditos (unidades totales de créditos reconocidos)	240	180	258	252	30	318	166,7%
Nº Reclamaciones a Solicitudes de Convalidación no reconocidas	0	0	0	0	0	0	-
Nº Reclamaciones aceptadas a Solicitudes de Convalidación no reconocidas	0	0	0	0	0	0	-

Fuente Secretaría Valencia ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Un total de 5 alumnos solicitan para el curso 2017/18 transferencia de créditos. Concretamente se solicitan y se reconoce 318 créditos lo que supone un aumento del 166,7% con respecto al curso anterior.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede.

2.5 Atribuciones profesionales del título

No procede para el Título.

2.6 Competencias que caracterizan el título

Las competencias que para el Título vienen identificadas en el Plan de estudios de esta titulación y cada materia se ajustan a la consecución de los conocimientos necesarios para su adquisición.

http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=academica_competencias

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

2.7 Perfil de Ingreso y Egresado

ESIC, como centro adscrito a la Universidad Miguel Hernández se rige por la normativa vigente que aparece recogida en la página web: <http://estudios.umh.es/presentacion/normativas/acceso/>

Los alumnos que deseen cursar el Grado en Gestión Comercial y Marketing tienen la información sobre los requisitos de acceso en el siguiente enlace: http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=requisitos_acceso

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

Para formalizar la preinscripción y admisión, puede visitarse el enlace http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=requisitos_preinscripcion

Para conocer los perfiles de ingreso recomendados para el Grado en Gestión Comercial y Marketing, puede consultarse el enlace: http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=perfil_entrada

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

	Perfil de ingreso						Variación (puntos porcentuales)
	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	
Alumnos de nuevo ingreso: Mujeres	41,7%	28,6%	55,2%	35,3%	37,2%	48,5%	1,9pp.
Alumnos de nuevo ingreso: Hombres	58,3%	71,4%	44,8%	64,7%	62,8%	51,5%	-1,9pp
Alumnos de nuevo ingreso de fuera de la Comunidad Valenciana	12,5%	14,3%	6,9%	0,0%	18,6%	6,1%	18,6pp
Alumnos de nuevo ingreso: Extranjeros	4,2%	7,1%	3,4%	0,0%	0,0%	0%	0pp
Alumnos de nuevo ingreso matriculados a tiempo completo	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

Fuente Secretaría Valencia ESIC

Información Egresados

Como información relevante sobre los egresados del título, recogemos en este informe la tasa de graduación e información referente a su ocupación actual

	Tasa de graduación
Cohorte de entrada 2012-2013	66,7%
Cohorte de entrada 2013-2014	67,9%

Transcurrido un curso académico desde que finalizaron los estudios las personas incluidas en la cohorte de salida 2016/2017, se realizó un estudio por parte de la Unidad de Desarrollo Profesional al objeto de conocer la ocupación de los egresados. En la siguiente tabla se presentan, a modo de resumen, los resultados obtenidos:

	Ocupación actual			
	Trabaja	Trabaja y estudia	Estudia	Busca trabajo
Cohorte de salida 2015/16	37,5%	50,0%	12,5%	0,0%
Cohorte de salida 2016/17	52%		33%	15%

Si consideramos sólo a las personas que trabajan o están en disposición de hacerlo, se observa que la **empleabilidad del título se sitúa en el 52%**

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

Para más información sobre las áreas donde terminan trabajando nuestros alumnos: http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=perfil_salida

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se observa una distribución, en cuanto a género, de los alumnos de nuevo ingreso muy similar a la del curso 16/17. Adicionalmente, es necesario señalar que se ha producido un incremento notable de alumnos provenientes de fuera de la Comunidad Valenciana.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede

2.8 Datos de Matrícula

2.8.1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas

Desde ESIC Valencia se ha mantenido el número de plazas ofertadas en el año 2015/16 respecto al anterior, como marca la memoria verificada. En el año 2015/16 las matriculaciones de nuevo ingreso alcanzaron el 68% de la oferta. Este dato supone un incremento de este tipo de matriculaciones del 17,2% cuando comparamos con los datos del curso 2014-2015.

Plazas de nuevo ingreso ofertadas

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
Número de plazas de Nuevo Ingreso ofertadas	50	50	50	50	50	50
Número de matriculaciones de Nuevo Ingreso	24	28	29	34	43	33
Tasa de Cobertura: %Matriculados/plazas ofertadas	48,0%	56,0%	58,0%	68,0%	86,0%	66%

Fuente Secretaria Valencia ESIC

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

2.8.2 Número de alumnos matriculados y bajas

Número de alumnos matriculados

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	Variación
Alumnos de Nuevo Ingreso en Primer Curso	24	28	29	34	43	33	-23,3%
Alumnos de Nuevo Ingreso en Otros Cursos	0	0	0	0	0	0	-
Total Nuevos Matriculados	24	28	29	34	43	33	-23,3%
Abandonos* (Total de todos los cursos)	NA	NA	2	3	6	2	-66%

Fuente Secretaría Valencia ESIC

* Los abandonos se calculan con el mismo criterio que en la tasa de abandono para facilitar la comprensión del dato.

Análisis de Datos y Conclusiones:

En el curso 2017/18 se produce un descenso del 23,3% en el indicador de alumnos de nuevo ingreso en el primer curso de la titulación. Señalar también que en el curso 2016/17 se reduce el número de abandonos en un 66%.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador

Mejora: continuar con la labor comercial para atraer un mayor número de alumnos a estos estudios.

Causa: tanto la situación económica como la disminución de empresas de este sector en la Comunidad, lo que hace que el alumnado vea estos estudios de una manera menos atractiva.

Acciones a Desarrollar: Centrar la labor comercial del Grado en Marketing de una manera más directa en el origen de los alumnos, esto es en el reconocimiento de estos estudios en los centros de origen (Colegios e Institutos), así como fomentar una política de becas.

Responsables: Departamento Comercial, Dirección de Grado y Vicedecano de Grado.

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

Área de aplicación: Título Grado en Gestión Comercial y Marketing

Tiempo Realización: 2015/16, 2016/17 y 2017/18

Indicador: Tasa de Matriculación

Código: 2016.MEMORIA.GRCM.001

3 PARA EL ESTUDIANTE

3.1 Guías docentes

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

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

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

<http://www.esic.edu/buscador-guias-docentes/?IdP=27>

Las guías docentes se han actualizado para el curso 2017/18 con el nuevo formato (Ed.7)

Análisis de Datos y Conclusiones:

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.

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)

Mejoras implantadas en el curso académico:

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

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

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

Área: Grado – Campus: Todos

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

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Área: Grado – Campus: Valencia

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

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

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

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

Propuestas de Mejora al Indicador

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

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

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

Responsables: Responsable del Área

Procedencia de la Mejora: Dirección de Calidad y Acreditaciones

Área de aplicación: Área de Grado

Tiempo Realización: 2017/2018

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

Código: 2017.MEMORIA.GRCM.001

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

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

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

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

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:

Identificada la necesidad de crear un Consejo Asesor Académico y mantener el Consejo Asesor actual que está compuesto de profesionales del mundo empresarial, con diferentes funciones, pero abordando entre sus actividades el seguimiento y mejoras para los procesos de actividades de la Escuela. Se ha definido una propuesta de creación de un Consejo Asesor (académico y empresarial) por el Director de Desarrollo Corporativo y de Negocio de ESIC. Ha sido elaborado el documento que define el nuevo Consejo Asesor y que será revisado y aprobado en Comité de Dirección de ESIC.

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

Grado de Cumplimiento: CERRADA

Se pueden evidenciar en la web corporativa de ESIC en cada Titulación en el apartado denominado GARANTIA DE CALIDAD Y SEGUIMIENTO DEL TÍTULO, sub-apartado Informes de Titulación. En el caso del Grado en Gestión Comercial y Marketing se pueden ver los informes en el siguiente link:

https://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=garantia_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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

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: CERRADA

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

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

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

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

Grado de Cumplimiento: CERRADA

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

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

Grado de Cumplimiento: CERRADA

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

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

Grado de Cumplimiento: CERRADA

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

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

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

Grado de Cumplimiento: CERRADA

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

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

En el proceso de **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

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

3.3 Información relativa a la extinción del plan antiguo

No procede al no haber plan antiguo de esta titulación.

3.4 Programas de movilidad

Los programas de movilidad de la universidad tienen como objetivo el desarrollo de acciones encaminadas a la proyección internacional de la universidad, la movilidad, formación y el apoyo en idiomas a los estudiantes. Las becas ERASMUS ofrecen intercambios con países de la UE.

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

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=movilidad>

3.4.1 Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación

	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
Alumnos en movilidad por Convenio ERASMUS					
Alumnos ESIC de ERASMUS	0	3	2	5	5
Alumnos ERASMUS en ESIC	6	21	30	25	5
Alumnos en movilidad por Convenio MUNDE					
Alumnos ESIC en MUNDE	0	0	0	1	3
Alumnos MUNDE en ESIC	0	0	0	3	2
Alumnos en movilidad por Otros Convenios ESIC					
Alumnos ESIC en Otros Convenios	0	0	0	0	0
Alumnos Otros Convenios en ESIC	0	0	3	0	0
Total Alumnos ESIC en movilidad	0	3	2	6	8
Total Alumnos de Movilidad en ESIC	6	21	33	28	7
Total de Convenios Internacionales de ESIC con otras Universidades	5	18	26	18	10

Fuente Oficina Internacional ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

El número total de alumnos ESIC en movilidad se mantiene igual durante este curso académico 2017/18. Sin embargo, el número de alumnos recibidos en movilidad se ha disminuido un 60%

En lo referente a los alumnos que han cursado parte de sus estudios en ESIC, cabe mencionar que éstos provienen de Alemania, Estados Unidos, Italia y Noruega.

Al inicio de curso, de los 33 convenios firmados y vigentes para títulos de grado, 19 incluyen la opción de cursar estudios relacionados con este Grado. Se está trabajando para mejorar los convenios con las universidades que ya se tienen, e igualmente en buscar nuevos acuerdos que aumenten las opciones para los alumnos.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

3.5 Orientación Profesional de la Titulación

Las valoraciones que se recogen sobre la **satisfacción de alumnos 2016/17 respecto a cuestiones de orientación profesional**, son las que se muestran a continuación:

A Encuesta realizada a estudiantes de 2º curso:

2º GRCM	Despertar inquietudes emprendedoras	Formación en habilidades de desarrollo humano (valores éticos)	Formación en habilidades de gestión directiva
Curso 2017/18	6,27	6,87	6,07
Curso 2016/17	6,6	6,5	6,3
Curso 2015/16	6,5	6,8	6,9
Curso 2014/15	6,2	6,6	6,9
Curso 2013/14	8,0	6,9	7,6

Fuente Unidad de Calidad ESIC

B Encuesta realizada a estudiantes de 4º curso:

4º GRCM	Despertar inquietudes emprendedoras	Prácticas en empresa	Formación en habilidades de desarrollo humano (valores éticos)	Formación en habilidades de gestión directiva
Curso 2017/18	6,9		6,3	6,4
Curso 2016/17	7,1	7,4	6,8	6,4
Curso 2015/16	7,6	6,9	7,6	7,0

Fuente Unidad de Calidad ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Tanto la información relativa al segundo curso de la titulación, como la del cuarto curso, presenta niveles siempre por encima de 6.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador

Mejora: Optimizar los índices de los resultados de 2º y 4º curso. En particular, los ítems de formación en habilidades de gestión directiva.

Causa: Baja percepción del Alumnado sobre este tipo de formación.

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: Encuesta de satisfacción final sobre la titulación.

Área de aplicación: Título Grado en Gestión Comercial y Marketing.

Tiempo de realización: 2016/17 y 2017/18

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

Código: 2016.MEMORIA.GRCM.002

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

3.6 Prácticas Profesionales

ESIC cuenta en su campus de Valencia con un Departamento de Prácticas Profesionales, que gestionan las prácticas de los alumnos. En la actualidad existen convenios de prácticas en vigor con 1.148 empresas que se pueden consultar en el siguiente enlace: <http://www.esic.edu/grado/practicas-empresas/>

En cuanto a las prácticas correspondientes a la titulación, pueden encontrarse en:

http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=practicas_externas

	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	Variación
Nº Alumnos en prácticas No Curriculares durante el curso académico	9	12	19	18	-5,3%
Nº Alumnos en prácticas Curriculares durante el curso académico	2	18	25	25	0%
Total Alumnos en Prácticas	11	30	44	43	-2,3%

Fuente Dpto. de Prácticas ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Durante el curso 2017-2018 disminuye en un alumno el número de alumnos en prácticas no curriculares y se mantiene el número de alumnos que ejercen prácticas curriculares.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede.

3.7 Inserción laboral de los egresados

El análisis de la inserción laboral de los egresados de la titulación se realiza en distintas vías. Por un lado, a través del **Dpto. de Carreras Profesionales del Campus** desde donde se hace un seguimiento continuado de ofertas y demandas de puestos de trabajo de egresados de la titulación. Por otro lado, se realiza una **Encuesta de Inserción laboral a los egresados**, donde se valora no solo la trayectoria profesional del egresado antes, durante y después de la finalización del Título sino también el nivel de importancia y aplicabilidad de la formación recibida en el Título (Política de Inserción Laboral de ESIC).

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

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

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

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

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

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

Los nombramientos alcanzados se publican en la **Revista Alumni de ESIC**, <http://esic.edu/actualidad/seccion/alumni/alumni-al-dia/revista-alumni/>

En cuanto al grado de inserción de los egresados, la Unidad de Desarrollo Profesional ha elaborado el informe de situación laboral correspondiente a las promociones 2015, 2016, 2017 y 2018. El objetivo de este estudio es obtener una “fotografía” de la situación laboral de los alumnos de los grados universitarios a los 6 meses de haber terminado sus estudios.

El estudio mide el grado de empleabilidad en el momento concreto en que se realizó el trabajo de campo y por lo tanto es un estudio vivo dado que habría variaciones si se midiera en momentos diferentes.

GRCM	TRABAJANDO	ESTUDIANDO	EN BUSQUEDA ACTIVA
2015*	96%	4%	0%
2016*	65%	9%	26%
2017*	67%	33%	0%
2018**	91%	9%	0%

* Datos de octubre de 2018

** Datos de junio de 2019

Fuente: UDP

Análisis de Datos y Conclusiones:

Como puede verse, un 91% de los alumnos de la titulación ha encontrado trabajo a los seis meses de haber acabado sus estudios y un 9% continúa estudiando, mientras que no hay alumnos en búsqueda activa de empleo.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador

No procede.

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.

Actividades que se han desarrollado con diferentes grupos de interés:

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

- 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 2017, ESIC se adhiere al Foro Inserta, creado por Fundación ONCE. Es una plataforma de trabajo en red e innovación social que posibilita, compartir prácticas, herramientas y experiencias que favorezcan el eficaz desarrollo de las políticas de RSE-D. En enero de 2017 confirman la aprobación de ESIC como socios y su formalización se llevará a cabo próximamente.

3.9 Otros

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

http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=requisitos_becas

3.9.1 Premios a la Excelencia

Este año se ha celebrado la 6ª Edición Premios Excelencia, con la publicación correspondiente de la convocatoria, los criterios de adjudicación de los Premios, el proceso de avales de los profesores, 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.

En el curso 2016/17 se puso en marcha el “Plan de Acción Tutorial” (http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=atencion_tutorizacion) con las siguientes acciones:

Tutorías de Acogida: el tutor asignado al grupo de alumnos de nuevo ingreso programó una serie de tutorías de acogida al objeto de facilitar la integración de este colectivo y ofrecer su ayuda en el momento en que el estudiante así lo requiera.

También es necesario señalar que para el curso 2017/18 se elaboró y distribuyó el “Manual de Acogida del Alumnado”

Tutorías de seguimiento de asistencia: se realizan tutorías de seguimiento de faltas de asistencia al

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

objeto de detectar problemas y sensibilizar de la importancia de seguir regularmente el desarrollo de las asignaturas.

Tutorías de seguimiento de rendimiento (resultados académicos): tanto los tutores como la dirección académica participan de manera activa en el seguimiento de los resultados alcanzados por los alumnos. En este sentido, se realizan tutorías para identificar problemas y facilitar, en la medida de lo posible, la mejora de los resultados.

Adicionalmente, se programaron y se desarrollaron, antes del inicio del curso académico, los “Cursos Cero” de Informática, Matemáticas y Contabilidad con la intención de reforzar la base de contenidos de este tipo de materias. (http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=atencion_cursos).

3.9.3 Participación de alumnos en los diferentes Concursos y Premios

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

Los más destacados son:

- o CAREM (Plan de Marketing)
- o CAIXABANK (Creación de Empresas)
- o Mejor iniciativa emprendedora de TFG's (CAIXABANK)
- o ESIC CREA
- o 5ª edición Premios Excelencia
- o Urge lo básico (recogida de alimentos, ropa, juguetes y libros).
- o Pincho Solidario (concienciación y recogida de donativos para ayudar a la recuperación tras el terremoto de Ecuador).

Ver Memoria de ESIC 2018

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

3.9.4 Seguimiento alumnos extranjeros

Específicamente se programan tutorías sobre el colectivo de estudiantes del programa Erasmus para dar a conocer el funcionamiento general del centro y procurar que su estancia en el mismo empiece de manera óptima.

El responsable de relaciones internacionales mantiene entrevistas individuales con cada uno de estos alumnos al objeto de ayudar en la confección de horarios y entregar el manual de acogida. En este caso también se utiliza la figura del “Buddy” como elemento facilitador para la integración.

El proceso de acogida a este colectivo finaliza con una comida de bienvenida con la dirección del centro.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

4 PROFESORADO

Puede visualizarse el claustro de profesores en el siguiente enlace: http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?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 para la correcta realización de las actividades formativas previstas. Los datos pertenecientes al profesorado en el Título son:

Evolución del Profesorado de la Titulación (por número de profesores)

curso	2014/15		2015/16		2016/17		2017/18	
	total	%	total	%	total	%	total	%
Doctor Acreditado	3	12,0%	5	16,1%	5	15,6%	7	23,3%
Doctor	12	48,0%	13	41,9%	14	43,8%	12	40,0%
Licenciado	10	40,0%	13	41,9%	13	40,6%	11	36,7%
Full Time	8	32,0%	10	32,3%	16	50,0%	16	53,3%
Part Time	16	64,0%	20	64,5%	15	46,9%	14	46,7%
Colaborador	1	4,0%	1	3,2%	1	3,1%	0	0,0%
TOTAL CLAUSTRO	25		31		32		30	

Evolución del Profesorado de la Titulación (por número de créditos)

curso	2014/15		2015/16		2016/17		2017/18	
	total	%	total	%	total	%	total	%
Doctor Acreditado	24	13,3%	48	20,0%	48	20,0%	78	32,5%
Doctor	96	53,3%	114	47,5%	114	47,5%	90	37,5%
Licenciado	60	33,3%	78	32,5%	78	32,5%	72	30,0%
Full Time	54	30,0%	102	42,5%	138	57,5%	144	60,0%
Part Time	120	66,7%	132	55,0%	96	40,0%	96	40,0%
Colaborador	6	3,3%	6	2,5%	6	2,5%	0	0,0%
TOTAL CLAUSTRO	180		240		240		240	

Fuente Dirección Académica de Grado ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

En el último año se ha contado con 30 profesores para esta titulación. Todos ellos son licenciados o ingenieros, de los cuales casi el 63,3% son doctores. En la medida de lo posible en futuras contrataciones por movilidad del profesorado se tratará de contratar personal acreditado sin contratos de exclusividad.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

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: Plan de investigación 2017.

Responsables: Departamento de Investigación

Procedencia de la Mejora: Memoria del Título.

Área de aplicación: Título Grado en Gestión Comercial y Marketing

Tiempo Realización: Dada visión temporal amplia de esta medida, se prevé que su implementación continúe varios años.

Código: 2016.MEMORIA.GRCM.003.

Indicador: Tabla Estructura del Personal Académico de la Titulación, analizando el dato frente al curso académico anterior

4.2 Actividad investigadora

La labor del departamento de Investigación en ESIC es facilitar y apoyar a los profesores en su actividad investigadora. El objetivo de mejorar individual e institucionalmente, tanto en los resultados propios de la investigación como en los procesos docentes está dando buenos resultados.

Entre las acciones para el fomento de la investigación se encuentran: la realización de tesis doctorales tanto por parte de profesores como de alumnos y la posterior presentación de ponencias en congresos y publicación de artículos extraídas de las mismas y la dirección de tesis por parte de profesores doctores de ESIC.

Además, se incentiva la creación de equipos de investigación con publicaciones periódicas en revistas de impacto nacional e internacional y la publicación de libros de investigación aplicada.

Por otro lado, también se motiva al claustro docente-investigador a formar parte de equipos revisores de revistas posicionadas, así como de comités científicos y organizadores de congresos.

Más información sobre la memoria de actividades en:

https://www.esic.edu/investigacion_esic.php?lang=E

Propuestas de Mejoras al Indicador:

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

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

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

Responsables: Departamento de Investigación

Procedencia de la Mejora: Memoria del Título.

Área de aplicación: Título Grado en Gestión Comercial y Marketing

Tiempo Realización: Dada visión temporal amplia de esta medida, se prevé que su implementación continúe varios años.

Código: 2016.MEMORIA.GRCM.003

Indicador: Tabla Estructura del Personal Académico de la Titulación.

4.3 Calidad del Profesorado

ESIC busca mejorar la Percepción de la Calidad del Profesorado.

- Incremento del sentido de pertenencia del Profesorado:
 - Reuniones informativas y participativas
 - Comidas con la Dirección General para nuevo Personal Docente
 - Jornadas Anuales de Departamentos/Cursos de Verano.
 - Jornadas Departamentales.
 - Departamento de Comunicación y Publicidad (Salamanca)
 - Departamento de Dirección de Marketing / IMAT (Valencia)
 - Departamento de Dirección de Empresas (Valencia)
 - Departamento de Informática y Nuevas Tecnologías (Pozuelo)
 - Departamento de Investigación de Mercados y Métodos Cuantitativos (Madrid)
 - Departamento de Investigación (Pozuelo y Valencia).
 - Mejora en la Coordinación Académica Intercampus e Intracampus
 - Claustros
 - Visitas por parte de la Dirección de Departamentos
 - Mejores prácticas llevadas a cabo por parte de los Coordinadores Académicos de Asignaturas
 - Reunión Anual de Directores de Comisiones de Titulación de todos los campus
 - Apoyo para la mejora de la Cualificación Académica
 - Asistencia a los claustros del 70% a nivel nacional
- Aprendizaje del Idioma Inglés.
 - Se han establecido, en función de los niveles de responsabilidad, diferentes fórmulas operativas para la formación en inglés del profesorado y en base a las propuestas planteadas por los responsables de cada Unidad.
 - Se propone el desarrollo de un plan para aquellos profesores que imparten asignaturas en inglés y quieren mejorar su nivel de cualificación.

Está implantado un nuevo cuestionario bajo criterios Docencia de ANECA. El informe completo puede verse en la web de ESIC: <http://www.esic.edu/calidad/docencia.php>

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2017/18 ESIC Business & Marketing School

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

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%

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

4.4 Programas de Movilidad del Profesorado

Existen diferentes opciones de movilidad para el profesorado de las que se puede obtener más información en <http://www.esic.edu/institucion/movilidad-faculty/>

5 OTROS RECURSOS

5.1 Recursos físicos

En el enlace <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=infraestructura>, se detallan las instalaciones, sitas en la Avda. de Blasco Ibáñez, 55 de Valencia, que ESIC pone a disposición de los estudiantes de Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM) entre las que cabe mencionar las aulas docentes de teoría, de informática, de seminarios, bibliotecas, aulas de informática, salas de trabajo, conexión wifi, servicio de cafetería y restauración, salones de grados, conferencias, etc.

En concreto el curso 17/18 los alumnos del presente grado tenían asignadas las siguientes aulas (al margen de las de informática):

Primer Curso	Aula 12 (mañanas)
Segundo Curso	Aula 15 (mañanas)
Tercer Curso	Aula 14 (tardes)
Cuarto Curso	Aula 17 (tardes)

El Servicio de Infraestructuras está compuesto por profesionales de diversos sectores cuya tarea se centra en el mantenimiento, reparación y puesta a punto del equipamiento e instalaciones de todo el centro.

5.2 Recursos humanos (PAS)

Existe una cultura de gestión de los Recursos Humanos centrada en la cercanía y en el mantenimiento del personal y en dar respuesta a las necesidades existentes.

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

Anualmente se recibe una encuesta a través del Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCOR) recogiendo la opinión de los Trabajadores de ESIC.

Durante el curso, ESIC ha realizado una encuesta con el objeto de conocer la satisfacción, tanto del Personal Docente como Personal de Administración y Servicios (PAS), con respecto a la Titulación.

Los resultados de este estudio pueden verse en el apartado 7.7.3 Y 7.7.4 del presente Informe.

Informe Anual de la Titulación Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM) Curso Académico 2017/18 ESIC Business & Marketing School

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

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

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

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

- Comité Ejecutivo Área Universitaria
 - José Manuel Mas: Director Académico (nuevo nombramiento)
 - Maruchy de Obesso: Directora de Calidad Académica (nuevo nombramiento)
 - Abel Monfort: Director de Investigación (nuevo nombramiento)
 - Alberto Alcalde: Director de Innovación Docente (nuevo nombramiento)
 - Andrés Gómez: Director de Internacional (nuevo nombramiento)
 - Segundo Huarte: Decano
- Consejo Académico Área Universitaria
 - Formado por el Comité Ejecutivo del Área y los Directores de Departamentos Académicos, los Directores de Titulación (Madrid) y los Responsables Académicos de Campus
- Departamentos Académicos
 - Dirección de Marketing: José Manuel Ponzoa (nuevo nombramiento)
 - Coordinadora: Ruth Fernández
 - Dirección de Empresas: Abel Monfort
 - Coordinadora: Eva Beltrán (nuevo nombramiento)
 - Economía y Finanzas: Javier Oñaderra
 - Comunicación y Publicidad: Oliver Carrero
 - Humanidades y Derecho: Esther Valbuena
 - Investigación de Mercados y Métodos Cuantitativos: M^a Jesús Merino
 - Informática y Nuevas Tecnologías: Cristina Marín
 - Idiomas: Tina Godhwani
 - TFG's: Enrique Zorita
 - Coordinador: Carlos Queypo de Llano (nuevo nombramiento)
- Responsables Académicos de Campus
 - Valencia
 - Director Grado: Vicente Fuerte
 - Coordinadores: Marcos Pascual y Myriam Martí.

6 MEMORIA DE ACTIVIDADES

6.1 Actividades desarrolladas

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

Actividades Recurrentes

- Participación en las reuniones habituales del Comité de Dirección, Comité Ejecutivo, Comité de Calidad, Comité de Investigación.
- Participación en la elaboración de la Guía Académica 2018/2019
- Claustro de Profesores, e Inauguración de Cursos
- Dos Reuniones anuales de los Responsables Académicos de Campus
- Reuniones de profesores por Departamentos: Dos al año y una coincidiendo con las visitas de los Directores de Departamento
- Reuniones con Delegados: Dos al año (primera ronda, en Noviembre/Diciembre y la segunda en Abril /Mayo).
- Cursos de verano/ Jornadas Departamentales. Todos los Departamento Académicos han celebrado la Jornada Anual.
- Cursos de prerrequisitos en Matemáticas, Informática y Contabilidad
- Sesiones informativas para grupos en inglés (marzo), programa de continuidad (4+1)

Actividades Singulares

- Ranking U-Multirank 2018: 2ª vez que Grado aparece en un ranking internacional universitario (mejorando posiciones sobre el año pasado)
- Manual de citación APA.
- Auditorías internas en todos los Campus
- Preparación Auditoría Institucional AUDIT
- Participación en la elaboración de los Manuales de Bienvenida al alumno y bienvenida al profesor
- IMAT 2018 Congreso Internacional de Innovación Aplicada.
- Club de Debate
- Fomento del Emprendimiento

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

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

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

En el Informe se incorporan como Anexo, las Actas de las reuniones realizadas por las comisiones o grupos de interés involucrados en el alcance. <http://www.esic.edu/calidad/resultados-titulaciones.php>
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.

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

Informe Anual de la Titulación Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM) Curso Académico 2017/18 ESIC Business & Marketing School

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 Resultados del Sistema de Calidad..

Análisis de Datos y Conclusiones

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

Propuestas de mejora al Indicador

No procede

7.2 Políticas/Procedimientos/Manuales

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

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

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

Procedimientos

Nuevo Documento (tanto Institucionales como propios del Área Universitaria)

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

Informe Anual de la Titulación

Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

Políticas

Nuevo Documento

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

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

Formatos

Nuevo Formato

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

Análisis de Datos y Conclusiones

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

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

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

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

Propuestas de Mejoras al Indicador

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.GRCM.001

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

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

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

7.3 Comisión Académica de la Titulación

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

Podrá verse más información en la web:

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

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

Acta 1

Fecha: 21/11/17. 09.30 – 10:35

Primera reunión de la Comisión de Titulación del Área de Grado en Gestión Comercial y Marketing del curso 2017-2018

ASISTENTES

Director Comisión: D. Marcos Pascual. (Coordinador del Área de Grado de ESIC Valencia y profesor de la Titulación)

Coordinadora: D^a. Myriam Martí (Coordinadora del Área de Grado de ESIC Valencia y Profesora de la Titulación).

Profesora 2: D^a. María Guijarro (Profesora de la Titulación y coordinadora del Dpto. de Dirección de Marketing)

Delegado: Miguel Ángel Parra

Subdelegado: Vicente Gil

Personal de Gestión: D^a Carmen López (Secretaria)

Experto externo: D. Agustín Beamud (Profesor de la UCH-CEU).

Excusan asistencia: Cristina Santos (Profesora 1) y María Guijarro (profesora 2)

1. REVISION DEL ACTA ANTERIOR Y RESOLUCIÓN DE TEMAS PENDIENTES

Lectura del acta anterior.

2. TEMAS A TRATAR

- Comunicación de los datos disponibles del Informe de Titulación del Grado en Gestión Comercial y Marketing del curso 2016-2017

El coordinador de la comisión traslada los datos disponibles correspondientes a los siguientes apartados:

- Para la sociedad y el futuro estudiante: la vía de acceso a la titulación, la nota de ingreso, el número de matriculados por curso, la relación oferta-demanda, el número de alumnos que han solicitado Transferencia de créditos, el perfil de ingreso, la tasa de graduación, la ocupación actual y las bajas.

-Para el estudiante: los ratios de alumnos en movilidad y los porcentajes de inserción laboral de los egresados.

-Para el profesorado: porcentaje de perfiles académicos y dedicación y alusión al documento que recoge su actividad investigadora.

Informe Anual de la Titulación

Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

Se comunica la intención de que el informe pueda estar lo más avanzado posible dado que se espera la visita de reacreditación del título en diciembre-enero.

Al terminar, se procede a la lectura e identificación de las mejoras propuestas en el informe del curso 15/16 relativas al curso 16/17 para comentar el estado de las mismas.

Aportaciones de los distintos grupos de interés:

-Como experto externo, Agustín Beamud propone que ESIC genere más puntos de contacto entre profesores para conocerse más porque ello repercute muy positivamente en el alumno y contribuiría a mejorar la coordinación docente.

-Asimismo, plantea que se mejore la parte práctica de las asignaturas y se fomente la participación en las clases.

Que se procedimenten las visitas profesionales tanto al aula como a la propia empresa para que la puedan aprovechar otros grupos.

Los representantes de alumnos, por su parte, comentaron los temas que se indican a continuación:

-Sobre el número de personas que estudian 2º curso: que al ser 40, es perjudicial para ellos dado que eso influye en que se ralentiza el proceso de pasar lista, de trabajos en grupo, etc.

-Dificultad en la asignatura de Contabilidad para 2º curso: se explica que están programados los cursos de prerequisites y que los alumnos pueden pedir tutorías. También se quejan de que el examen no se termina.

-Que haya más ejemplos de la "vida real" en los primeros cursos.

-Acercar la informática en 1º y en 2º. Que se hagan más trabajos utilizando programas, como, por ejemplo, en Contabilidad.

-Cursos y seminarios: preguntan si ellos pueden proponer curso y que, además, haya un compromiso firme de los compañeros para hacerlo. Se les dice que adelante.

-Quejas por la web de esic.edu porque cuesta encontrar "cosas útiles". Piden que sea más comunicativa con los alumnos y que tenga más visibilidad la parte de Investigación y la de ESIC Emprendedores. Se toma nota y se les explica que el espacio orientado a los alumnos para sus búsquedas lo tienen en Secretaría Virtual, que es exclusiva para ellos.

-Reivindican un espacio de emprendedores en ESIC; un aula de creatividad + emprendimiento.

-Con secretaría virtual hay un problema y es que los mensajes de la plataforma no los ve nadie. Afirman que llegan asignaturas de todas las carreras y sedes y proponen que los avisos de CAMPUS VIRTUAL estén filtrados por campus, con una comunicación más segmentada y tutorial.

-Por último, proponen crear una biblioteca audiovisual, creada por los propios alumnos con contenidos de las asignaturas. Videos tutoriales pedagógicos. Un canal de youtube propio, corporativo.

-La representante de Personal de Gestión propone dar unas pautas sencillas en las clases para facilitar el proceso de matriculación porque no se hace bien. Los alumnos apuntan a ese exceso de información mencionada anteriormente y que podría filtrarse la información del campus de Valencia. Carmen López comenta que se ha intentado comunicar cómo hacer la matrícula por varias modalidades, que se aceptan propuestas y que se está trabajando en optimizar el proceso para evitar errores.

Informe Anual de la Titulación Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM) Curso Académico 2017/18 ESIC Business & Marketing School

Acta 2

Fecha: 23/07/18. 10.15 – 11:00

Segunda reunión de la Comisión de Titulación del Área de Grado en Gestión Comercial y Marketing del curso 2017-2018

ASISTENTES

Director Comisión: D. Marcos Pascual. (Coordinador del Área de Grado de ESIC Valencia y profesor de la Titulación)

Coordinadora: D^a. Myriam Martí (Coordinadora del Área de Grado de ESIC Valencia y Profesora de la Titulación).

Profesora 1: D^a Cristina Santos (profesora de la Titulación)

Profesora 2: D^a. María Guijarro (Profesora de la Titulación y coordinadora del Dpto. de Dirección de Marketing)

Delegado: Vicente Gil Sorribes (delegado de 3º)

Personal de Gestión: D^a Carmen López (Secretaria)

Experto externo: D. Agustín Beamud (Gerente del Club de Marketing del Mediterráneo).

Excusa asistencia el subdelegado Vicente Gil.

1. REVISION DEL ACTA ANTERIOR Y RESOLUCIÓN DE TEMAS PENDIENTES

Lectura del acta anterior.

2. TEMAS A TRATAR

-NOVEDADES EN LOS REPRESENTANTES DE LA COMISIÓN

Se informa de que, por política de la Escuela, se están realizando cambios que afectan a las diferentes comisiones, pero no es el caso de la presente comisión.

-APROBACIÓN DEL INFORME

El Informe de la Comisión de Titulación correspondiente al curso 2016/17 queda aprobado en primera instancia y se informa de que sigue su trámite para la aprobación por parte del director de Grado.

-AUDIT

La responsable de Calidad de ESIC Valencia informa de que actualmente nos encontramos en el proceso de recopilación de evidencias para obtener la renovación de la certificación AUDIT. Se explican las ventajas de esta acreditación y que la visita de los auditores se espera para el mes de noviembre de este año.

-APORTACIONES DE LOS DISTINTOS GRUPOS DE INTERÉS

-Desde Secretaría se traslada la queja por parte de los alumnos para que el procedimiento de matriculación no sea "rellenar un pdf" puesto que se percibe como obsoleto, sino que pueda ser más interactivo.

-De cara a dar más visibilidad a la figura de los representantes de profesorado, se propone que en el claustro de apertura de septiembre se presenten a las dos personas que ejercen esta

Informe Anual de la Titulación

Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

función en las comisiones con el objetivo de que contacten con ellas para proponer temas que contribuyan a mejorar la calidad del título.

-El profesor externo se muestra satisfecho por el resultado de la formación de debate dado que es un tipo de metodología que ve muy interesante para aplicar en el aula. La profesora María Guijarro, como responsable de investigación y organizadora de estas sesiones, cuenta que habrá más formación y se seguirá incentivando en el curso próximo.

Asimismo, comenta que, por parte de las empresas, detecta una demanda de formación en B2B y que esos contenidos no saben si se tratan en el título. En este sentido, también María Guijarro, como coordinadora del departamento de Marketing, se compromete a la revisión para incluir referencias de este tipo en las asignaturas que hay en el itinerario formativo de la titulación.

-Con respecto al tema del acta anterior sobre la importancia de reflejar las visitas a empresa en las redes sociales, el director de la Comisión comenta que sería positivo que los profesores incentiven a los alumnos a difundir en sus redes estas actividades y que se puedan reconocer como "participación activa". Se insiste desde coordinación académica que se notifiquen las acciones con profesionales externos para hacer constar esas visitas y poder obsequiarles con un detalle corporativo.

-El subdelegado indica también varias cuestiones:

Retoma la proposición del acta anterior de que los profesores incentiven a los alumnos a realizar videos de tutoriales y subirlos a "youtube", por ejemplo, en asignaturas como Contabilidad y Economía. Afirma que en otras universidades se hace y resulta de gran interés académico. María Guijarro señala que hay una propuesta en este sentido para presentarla en noviembre de este año.

Otra de las propuestas del subdelegado es que se comunique con más tiempo la primera reunión de delegados del curso. De esa forma, los delegados se podrían reunir previamente y preparar contenidos para que posteriormente, los encuentros sean más fructíferos y se puedan aportar cuestiones de interés. En este sentido, solicita que sea la dirección académica quien explique bien la responsabilidad del cargo de delegado.

Sobre las asignaturas, también propone revisar el contenido transversal para que se perciba la relación entre asignaturas. En torno a esa idea, se barajó una propuesta para realizar un trabajo desde tres asignaturas en el primer curso de este grado.

Asimismo, llegan quejas por los tiempos de corrección de los trabajos de clase y que hay profesores que tardan mucho en publicar las notas de la evaluación continua. En lugar de crear grupos de whatsapp sobre este aspecto, el director de la Comisión invita a los delegados a comunicarlo a coordinación académica porque esta cuestión tiene, de esa forma, fácil solución.

- Traslada quejas de compañeros sobre la subida de precio de los créditos. La responsable de Secretaría indica que los precios están publicados desde el inicio de cursos en Campus. Explica además que el crédito sube lo que se incrementa anualmente el IPC. Que el que sube es el de 3ª y 4ª matrícula y esa cuantía la marca Conselleria.

-Otra de las quejas se produce en la doble titulación porque hay mucha gente disconforme y desilusionada que han echado en falta asignaturas del nuevo plan, tipo "pensamiento crítico". Justo esa asignatura, se sugiere que se apunten a "debate" donde reciben esa formación. Sobre la queja general, se les dice que las asignaturas de últimos cursos, sobre todo quinto, son las que contienen todo el valor diferencial que aportan los contenidos de marketing.

-Por último, el subdelegado traslada felicitaciones a algunos profesores del claustro de 2º de GRCM:

-Mable Pisá, por la utilización del programa informático GRETL, dado que les ha motivado y les ha sido muy útil en la asignatura de Econometría.

Informe Anual de la Titulación Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM) Curso Académico 2017/18 ESIC Business & Marketing School

-Agustín Carrilero y Myriam Martí, por el fomento de la lectura para ampliar contenidos de sus respectivas asignaturas.

-Fernando Castelló, porque ha sido excelente a nivel didáctico, con la incorporación de debates, kahoot y su manera de incentivar el pensamiento crítico.

-Javier Hernández, por su actitud, pasión y cariño con el que imparte sus clases.

7.4 Reuniones otros equipos

A continuación se describen las Actas de las Reuniones realizadas con otros grupos implicados en el título.

7.4.1 Tutores

Desde ESIC Valencia se ha realizado un Plan de Acción Tutorial, donde se informa sobre los indicadores que marcan el grado de cumplimiento (en porcentaje) de las tutorías planificadas.

Fecha: 18/05/2018

Director del Área de Grado: Vicente Fuerte.

Coordinador del Área de Grado: Myriam Martí.

Coordinador del Área de Grado y responsable del PAT: Marcos Pascual

Tutores: Ignacio Bellón, Enrique Planells, y Cristina Santos

Excusaron asistencia: María Guijarro, José Fernando López y Rafael Pinazo

Desde ESIC Valencia se ha realizado un Plan de Acción Tutorial, donde se informa sobre los indicadores que marcan el grado de cumplimiento (en porcentaje) de las tutorías planificadas.

Se confeccionaron cuatro tipos de indicadores:

Indicadores de GRCM

1.- Indicador global – 82,7%

2.- Índice de tutorías de acogida (sólo primer curso) – 100,0%

3.- Índice de tutorías de seguimiento de faltas – 75,0%

4.- Índice de tutorías de seguimiento de suspensos – 68,8%

7.4.2 Delegados

Acta 1

Fecha: 27/10/17

Miembros del Equipo de Mejora

El Director del Área de Grado: Vicente Fuerte.

El Coordinador del Área de Grado: Marcos Pascual.

El profesor del grado: Fernando López

Los delegados y subdelegados de los siguientes cursos:

1º GRCM: Andrés Alfonso y Samanta Inchauspe

2º GRCM: Miguel Ángel Parra y Omar Kamel

3º GRCM: Vicente Gil y Roberto Torres

4º GRCM: Ana Gallardo y Laia Albelda

Informe Anual de la Titulación

Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

Desarrollo de la Reunión:

El director de grado explica el objetivo y funcionamiento de las reuniones de delegados y señala que durante todo el curso se pueden realizar sugerencias sin necesidad de esperar a que se produzcan formalmente dichas reuniones. También informa de la existencia de la comisión de titulación y su razón de ser, apuntando en este caso la necesidad de que todos los delegados de cada titulación se reúnan previamente para realizar aportaciones a través de los representantes que se designen.

En general, se hace referencia a que, por medio de los delegados, utilicen el buzón de sugerencias, quejas y reclamaciones para dejar evidencia de los contenidos por escrito que, por cercanía y proximidad, se suelen resolver por comunicación oral. Por último, se pide a todos los grupos una valoración de la actividad de los mentores (alumnos de 2º que sirven de referencia). Se traslada que su labor ha sido muy útil y que han aportado información que con el tiempo se está demostrando que era fiable.

2.- Temas planteados por los delegados.

1º DE GRCM:

Realizan una valoración positiva de la marcha del curso. Consideran que el grupo está unido y se percibe buen ambiente. Se demanda que cuando haya conferencias o similar no se tengan en cuenta las faltas de asistencia. Por último, se pide que se valore la posibilidad de disponer de fuentes de agua en los pasillos.

2º DE GRCM:

El inicio de curso, positivo, pero a efectos de materiales: falla la conexión wifi, el borrador no limpia bien la pizarra (contestado en GRCOM) y hay algunas sillas rotas. Se toma nota. Vuelve a reivindicarse el convenio deportivo con la UV y la UPV y se les contesta que consta que se está negociando. A nivel extraacadémico, se echan de menos más visitas con la universidad. Se les indica que tendrán y sobre todo, los alumnos que estén matriculados en la doble. Sobre la petición de cursos adicionales, se les indica que en 4º se hace anualmente un seminario que se solicita una vez que han visto todo el itinerario formativo. Se les insta, no obstante, a que sigan proponiendo. Piensan en uno de contenido de Inteligencia Emocional.

Sobre profesores, comentan que en la asignatura Economía Española ha habido problemas porque hay gente que ha estado enferma y si no hacían el Kahoot, no les puntuaba. Preguntan si hay alternativa para ellos. Se les indica que tienen un porcentaje de faltas de margen y se comunica a Dirección si hay problema médico grave.

Con respecto a Planificación Contable, afirman que un sector de la clase piensa que va muy lento. Y por último, sobre el docente de Dirección de la Innovación, que también algunos compañeros se quejan porque pone demasiadas prácticas.

3º DE GRCM:

Satisfacción general con las asignaturas y profesores. Hay apuntes en casi todas, antes de empezar los temas. En las que no, se les indica que hay profesores que, por un tema de metodología, prefieren que el alumno esté atento y luego pasar los contenidos.

Sobre el calendario "partido" de exámenes, se les explica que se intenta que sean antes de Navidad pero que es un tema de número de semanas que tienen que incluirse antes del comienzo de los exámenes.

Solicitan que en 3º, se haga un avance de lo que va a consistir la asignatura de Trabajo de Fin de Grado, puesto que circula cierto "temor". De esta manera se pueden ir pensando ideas. Se les dice que se adelanta la explicación al primer semestre para que ya tengan más tiempo. En cualquier caso, se

Informe Anual de la Titulación

Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

toma nota para proporcionar la información que solicitan en tercer curso.

Sobre materiales: las sillas son incómodas y cuando suben al aula 30 de informática, con la asignatura Gestión de Proyectos, se encuentran con que aprovechan poco porque los recursos técnicos no están preparados y al profesor le lleva tiempo solventarlos. Se toma también nota.

4º DE GRCM:

Se traslada que el curso se está desarrollando sin imprevistos y que el grado de satisfacción con las asignaturas y los profesores es adecuado.

Se felicita al centro por el cambio de ordenadores de las aulas de informática.

También se señala que la red wifi funciona razonablemente bien.

Se demanda información sobre plazos relacionados con la asignatura de TFG. Desde la dirección se aporta la información y se indica que en el guía docente viene todo perfectamente detallado.

Fecha: abril/2018

Miembros del Equipo de Mejora

-El Director del Área de Grado: Vicente Fuerte.

-Los Coordinadores del Área de Grado: Marcos Pascual y Myriam Martí.

-Alumnos de la titulación de GRCM

Desarrollo de la Reunión:

- Comienza la reunión con la lectura del acta anterior.

- Se comunican fechas importantes:

-19 de abril: celebración del Meet con más de 50 empresas. Se les invita a que aprovechen la oportunidad de conocerlas y entregar los cv. También se les insiste sobre la importancia de cuidar la imagen personal.

-21 de abril: Generación-E. Se les explica brevemente en qué consiste el evento y se les anima a que, si no se han apuntado, que lo hagan pronto.

-21 de junio: Fiesta de Graduación. Están invitados los delegados.

-Del 6 de junio al 10 de julio: plazo para realizar la matrícula en los casos de alumnos que continúen estudios y/o tengan asignaturas pendientes.

-El 5 de septiembre será el inicio de curso.

-Otras cuestiones de interés:

-Premios Excelencia. Breve recordatorio de las bases, referencias a la página web para consultarlas e invitación a que se postulen. En este curso, ellos pueden optar a una categoría (Mejor expediente).

-TFG y Prácticum: sobre el primero, se recuerda que, para matricularse, tienen que tener todas las asignaturas de los dos primeros cursos aprobadas. Además, que aunque es una asignatura de segundo semestre, se presenta en octubre para que la puedan planificar bien, dado que pocos alumnos llegan a convocatoria ordinaria. Sobre las prácticas, se recuerda que desde el momento que se matriculen en el curso siguiente, pueden empezar a hacerlas.

-Club de Debate: se hace hincapié en todas las "soft skills" que proporciona y que son de gran utilidad en la vida personal y profesional. Se les anima a que participen.

Informe Anual de la Titulación

Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

-Normativa de permanencia y progreso de la UMH: se les recuerda en qué consiste, las consecuencias de los suspensos y que se les avisa cuando se encuentran en situaciones susceptibles de pasar a matriculación parcial.

Finalización.

La información recogida en el presente documento permite que la Dirección del Área de Grado planifique las acciones de mejora y comprobación oportunas al objeto de subsanar los problemas detectados. Concretamente se mantienen entrevistas con el colectivo de profesores implicados en alguna incidencia para trasladar la información, conocer su punto de vista y realizar los cambios necesarios.

Análisis de Datos y Conclusiones:

A partir de las reuniones mantenidas con los distintos grupos de trabajo se gestionaron las acciones de mejora identificada alrededor de la titulación que nos ocupa.

7.5 Evaluación del Aprendizaje

A partir del cumplimiento de lo indicado en la Memoria del Título, se considera obligatorio para todas las materias la aplicación de un sistema de evaluación continua. Se ha trabajado mucho para homogenización de los sistemas de evaluación continua. En cada una de ellas se combina, con distinta ponderación, pruebas escritas, trabajos obligatorios y participación activa. Esta evaluación continua aplica tanto a convocatoria ordinaria como extraordinaria.

7.5.1 Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento

2017/18		
TASA DE RENDIMIENTO	TASA DE PRESENTACIÓN	TASA DE SUPERACIÓN
82,6%	90,9%	90,9%

Fuente Secretaría General de ESIC

-Tasa de presentación: Para el curso académico X, relación porcentual entre el número créditos presentados a evaluación y el número total de créditos matriculados en el título.

-Tasa de superación: Para el curso académico X, relación porcentual entre el número de créditos superados en la titulación y el número de créditos presentados a evaluación.

-Tasa de rendimiento: Para el curso académico X, relación porcentual entre el número de créditos superados en la titulación y el número total de créditos matriculados en el título.

Informe Anual de la Titulación

Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

7.5.2 Tasas por Materia (Rendimiento, Presentación y Superación)

Curso	Asignatura	CURSO 2017/18		
		Tasa de Rendimiento	Tasa de Presentación	Tasa de Superación
1º	Administración y Organización de Empresas	72,3%	85,1%	85,0%
1º	Análisis Exploratorio de Datos	61,7%	89,4%	69,0%
1º	Bases del Sistema Tributario Español	73,0%	86,5%	84,4%
1º	Contabilidad Financiera	61,9%	81,0%	76,5%
1º	Derecho Laboral	66,7%	85,7%	77,8%
1º	Derecho Mercantil	77,8%	91,7%	84,8%
1º	Fundamentos de Economía de la Empresa	83,8%	91,9%	91,2%
1º	Fundamentos de Marketing	85,7%	88,6%	96,8%
1º	Matemáticas	75,5%	89,8%	84,1%
1º	Principios de Economía	54,0%	76,0%	71,1%
2º	Análisis Financiero Empresarial	70,5%	86,4%	81,6%
2º	Análisis y Gestión de Clientes	88,4%	100,0%	88,4%
2º	Comunicación Comercial	89,6%	97,9%	91,5%
2º	Dirección de la Innovación y la Calidad	79,5%	93,2%	85,4%
2º	Dirección de Recursos Humanos	93,5%	95,7%	97,7%
2º	Econometría	87,5%	87,5%	100,0%
2º	Economía Española	88,0%	94,0%	93,6%
2º	Gestión de Productos y Precios	97,8%	97,8%	100,0%
2º	Introducción a la Estadística	83,3%	93,8%	88,9%
2º	Planificación Contable	66,1%	76,3%	86,7%
3º	Canales y Distribución Comercial	86,7%	86,7%	100,0%
3º	Creación de Empresas	100,0%	100,0%	100,0%
3º	Estrategia y Dirección Estratégica	96,8%	100,0%	96,8%
3º	Gestión de Proyectos	89,7%	89,7%	100,0%
3º	Gestión de Ventas	96,6%	96,6%	100,0%
3º	Investigación de Mercados	96,2%	96,2%	100,0%
3º	Logística	92,3%	92,3%	100,0%
3º	Marketing de Servicios	96,8%	96,8%	100,0%
3º	Publicidad y Relaciones Públicas	93,3%	93,3%	100,0%
3º	Técnicas de Negociación	96,9%	96,9%	100,0%
4º	Comercio Electrónico	96,2%	96,2%	100,0%
4º	Marketing Estratégico	89,7%	93,1%	96,3%
4º	Planificación de Marketing	100,0%	100,0%	100,0%
4º	Comercio Exterior	93,1%	93,1%	100,0%
4º	Estudio de Mercado Aplicados	71,4%	88,6%	80,6%
4º	Prácticas en Empresa	92,6%	92,6%	100,0%
4º	Trabajo Fin de Grado	87,5%	95,8%	91,3%

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación

Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

7.5.3 Análisis Evaluación del Aprendizaje

		CURSO 2017/18				
Curso	Asignatura	Matriculados	Aprobados	Suspensos	No presentados	Presentados
1º	Administración y Organización de Empresas	47	34	6	7	40
1º	Análisis Exploratorio de Datos	47	29	13	5	42
1º	Bases del Sistema Tributario Español	37	27	5	5	32
1º	Contabilidad Financiera	63	39	12	12	51
1º	Derecho Laboral	42	28	8	6	36
1º	Derecho Mercantil	36	28	5	3	33
1º	Fundamentos de Economía de la Empresa	37	31	3	3	34
1º	Fundamentos de Marketing	35	30	1	4	31
1º	Matemáticas	49	37	7	5	44
1º	Principios de Economía	50	27	11	12	38
2º	Análisis Financiero Empresarial	44	31	7	6	38
2º	Análisis y Gestión de Clientes	43	38	5	0	43
2º	Comunicación Comercial	48	43	4	1	47
2º	Dirección de la Innovación y la Calidad	44	35	6	3	41
2º	Dirección de Recursos Humanos	46	43	1	2	44
2º	Econometría	48	42	0	6	42
2º	Economía Española	50	44	3	3	47
2º	Gestión de Productos y Precios	45	44	0	1	44
2º	Introducción a la Estadística	48	40	5	3	45
2º	Planificación Contable	59	39	6	14	45
3º	Canales y Distribución Comercial	30	26	0	4	26
3º	Creación de Empresas	29	29	0	0	29
3º	Estrategia y Dirección Estratégica	31	30	1	0	31
3º	Gestión de Proyectos	39	35	0	4	35
3º	Gestión de Ventas	29	28	0	1	28
3º	Investigación de Mercados	26	25	0	1	25
3º	Logística	26	24	0	2	24
3º	Marketing de Servicios	31	30	0	1	30
3º	Publicidad y Relaciones Públicas	30	28	0	2	28
3º	Técnicas de Negociación	32	31	0	1	31
4º	Comercio Electrónico	26	25	0	1	25
4º	Marketing Estratégico	29	26	1	2	27
4º	Planificación de Marketing	30	30	0	0	30
4º	Comercio Exterior	29	27	0	2	27
4º	Estudio de Mercado Aplicados	35	25	6	4	31
4º	Prácticas en Empresa	27	25	0	2	25
4º	Trabajo Fin de Grado	24	21	2	1	23

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación

Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

La tasa de rendimiento del Título en este curso alcanzó un 84,6%. Las asignaturas con una menor tasa de rendimiento fueron Análisis exploratorio de Datos, Contabilidad Financiera y Principios de Economía.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador: No procede.

Informe Anual de la Titulación

Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

7.5.4 Evaluación de las Competencias del Título

A partir de la calificación obtenida en las diferentes Asignaturas de la Titulación y en base a la matriz relacional de asignaturas a competencias, se obtiene la siguiente calificación para cada competencia del Título:

curso	sem.	asignatura	Créditos	Calificación	Competencias Generales												
				2017/18	CG1	CG2	CG3	CG4	CG5	CG6	CG7	CG8	CG9	CG10	CG11	CG12	
1º	1º	FUNDAMENTOS DE MARKETING	6	6,54	1								1				1
1º	1º	DERECHO LABORAL	6	6,32	1		1										
1º	1º	DERECHO MERCANTIL	6	6,27	1		1										
1º	1º	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA DE LA EN	6	5,75	1		1					1	1				
1º	1º	MATEMÁTICAS	6	6,91		1								1			
1º	2º	ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE	6	5,36	1			1			1		1				
1º	2º	BASES DEL SISTEMA TRIBUTARIO ESPAÑOL	6	5,96			1										
1º	2º	ANÁLISIS EXPLORATORIO DE DATOS	6	5,01		1								1			
1º	2º	CONTABILIDAD FINANCIERA	6	5,56										1			1
1º	2º	PRINCIPIOS DE ECONOMÍA	6	4,98	1	1					1		1				
2º	1º	DIRECCIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA CAL	6	6,87		1		1		1	1	1	1				
2º	1º	DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	6	7,19		1	1	1							1	1	
2º	1º	INTRODUCCIÓN A LA ESTADÍSTICA	6	6,58		1			1								
2º	1º	PLANIFICACIÓN CONTABLE	6	6,02		1	1				1						
2º	1º	ECONOMÍA ESPAÑOLA	6	6,94	1	1					1						
2º	2º	GESTIÓN DE PRODUCTOS Y PRECIOS	6	7,03		1		1		1	1	1	1				
2º	2º	ANÁLISIS Y GESTIÓN DE CLIENTES	6	6,65		1		1	1		1	1	1				
2º	2º	COMUNICACIÓN COMERCIAL	6	6,42		1		1		1	1	1	1				1
2º	2º	ANÁLISIS FINANCIERO EMPRESARIAL	6	5,14		1					1		1				
2º	2º	ECONOMETRÍA	6	6,64		1			1								
3º	1º	CANALES Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	6	7,43		1		1			1	1				1	1
3º	1º	TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN	6	7,13	1	1	1							1			
3º	1º	CREACIÓN DE EMPRESAS	6	6,98			1			1		1				1	1
3º	1º	GESTIÓN DE PROYECTOS	6	7,13				1							1		
3º	1º	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	6	7,02		1			1	1							
3º	2º	GESTIÓN DE VENTAS	6	7,21							1	1	1	1	1	1	1
3º	2º	MARKETING DE SERVICIOS	6	7,15		1				1							1
3º	2º	ESTRATEGIA Y DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	6	6,63	1			1			1	1					1
3º	2º	PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	6	6,99		1								1			
3º	2º	LOGÍSTICA	6	6,75					1								
4º	1º	COMERCIO ELECTRÓNICO	6	7,63		1								1			
4º	1º	MARKETING ESTRATÉGICO	6	7,13						1	1	1	1				1
4º	1º	PLANIFICACIÓN DE MARKETING	6	7,01		1		1				1		1	1	1	
4º	1º	COMERCIO EXTERIOR	6	6,99				1	1							1	
4º	1º	ESTUDIOS DE MERCADO APLICADOS	6	6,03													1
4º	2º	TRABAJO FIN DE GRADO	6	6,77	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	
4º	2º	PRÁCTICAS EN EMPRESA	24	7,82	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	1	1
		MEDIA DE LA COMPETENCIA			6,7	6,8	6,9	6,8	7,2	7,2	6,7	7,0	6,7	7,1	7,3	7,0	

Informe Anual de la Titulación

Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

7.5.5 Evaluación de MECES

Una vez obtenida la calificación de cada Competencia del Título, y en base a la matriz relacional de competencias con MECES, se obtienen las siguientes calificaciones para cada MECES:

Competencia	Calificación 2017/18	MECES 2007							
		MEGE 01	MEGE 02	MEGE 03	MEGR 01	MEGR 02	MEGR 03	MEGR 04	MEGR 05
CG1	6,71			1	1	1			
CG2	6,83				1	1			1
CG3	6,91			1	1	1			1
CG4	6,79	1	1	1	1	1			
CG5	7,17							1	
CG6	7,22								1
CG7	6,73			1		1			
CG8	7,01			1	1	1			
CG9	6,65							1	
CG10	7,05	1	1	1	1	1			1
CG11	7,32	1	1	1				1	1
CG12	7,05	1	1	1					1
CE1	6,85				1				
CE2	6,92				1				
CE3	6,18	1	1		1				
CE4	7,20					1		1	
CE5	7,66		1	1	1				
CE6	6,29					1	1	1	
CE7	6,43					1	1		1
CE8	6,71					1			1
CE9	7,16				1	1			1
CE10	7,03						1	1	1
CE11	7,33				1	1			1
CE12	6,88	1	1	1		1	1		1
CE13	7,38	1	1	1	1				1
CE14	6,91					1			
CE15	7,20	1	1		1	1			1
CE16	7,06	1		1		1		1	
CE17	6,78					1			
CE18	7,14	1	1	1		1		1	
CE19	7,26				1				1
CE20	6,75		1			1			1
CE21	6,79						1	1	1
CE22	6,33					1	1		1
CE23	7,19	1	1		1				
CE24	6,94					1	1		1
MEDIA DE LA COMPETENCIA MECES		7,0	7,0	7,0	7,0	6,9	6,7	7,0	7,0

Informe Anual de la Titulación

Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

MECES 2007:

- MEGE 01: 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.
- MEGE 02: 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
- MEGE 03: 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.
- MEGR 01: 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;
- MEGR 02: 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;
- MEGR 03: 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;
- MEGR 04: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;
- MEGR 05: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Obteniendo asimismo las siguientes medias:

Media MECES 2007	6,94
------------------	------

Análisis de Datos y Conclusiones:

Como podemos observar la calificación media alcanzada se considera adecuada al no haber ninguna Competencia MECES con resultado por debajo de 6.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador: Dado que no hay ninguna competencia con valor inferior a 6 puntos no procede.

7.5.6 Alumnos Egresados

Análisis de Datos y Conclusiones:

En este apartado se presenta información sobre los alumnos egresados de la titulación analizada. Concretamente, en la siguiente tabla se incluyen los datos referidos a la tasa de eficiencia del curso actual.

Por cohorte de graduación, podemos observar:

	Tasa de eficiencia
Curso 2016/17	95,7%
Curso 2017/18	93,6%

Cuando focalizamos la atención en las cohortes de entrada obtenemos la siguiente información:

	Tasa de graduación
Cohorte de entrada 2012/13	66,7%
Cohorte de entrada 2013/14	67,9%

	Tasa de abandono ^(*)			
	x+2	x+3	x+4	x+5
Cohorte de entrada 2012-2013	8,3%	16,7%	16,7%	16,7%
Cohorte de entrada 2013-2014	3,6%	3,6%	3,6%	
Cohorte de entrada 2014-2015	20,7%	20,7%		
Cohorte de entrada 2015-2016	5,9%			

(*) x – representa el primer curso de la cohorte de entrada

Análisis de Datos y Conclusiones:

La cohorte de entrada 2012-2013 obtiene una tasa de graduación que se sitúa en el 67,9%. Es decir, más de las tres quintas partes de la cohorte finaliza sus estudios en el tiempo previsto o en el tiempo previsto más un año. En relación a la tasa de abandono estamos en disposición de analizar el indicador tal y como se recoge en el anexo 1 del Real Decreto 1393/2007.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede.

7.6 Gestión de sugerencias y reclamaciones

El Proyecto de Mejora Continua en ESIC 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

Informe Anual de la Titulación Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM) Curso Académico 2017/18 ESIC Business & Marketing School

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

7.6.1 Reconocimientos por Área/Titulación (Quejas, Felicitaciones o Sugerencias)

Resultados del buzón de sugerencias:

		2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
Área Académica	Nº Sugerencias	0	0	5	1	5
	Nº Felicitaciones	0	0	0	0	0
	Nº Quejas	0	2	5	1	5
Área Gestión	Nº Sugerencias	0	0	1	0	0
	Nº Felicitaciones	0	0	0	0	0
	Nº Quejas	0	0	0	8	0
TOTAL	Nº Sugerencias	0	0	6	1	5
	Nº Felicitaciones	0	0	0	0	0
	Nº Quejas	0	2	5	9	5

Fuente Unidad de Calidad ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se mantiene el número de acciones desde el buzón.

El objetivo es ofrecer un medio de comunicación abierto ininterrumpidamente a todos los grupos de interés, dónde expresar opiniones, iniciativas, propuestas de mejora, en definitiva, cualquier aspecto relacionado con ESIC y desde aquí poder dar respuesta y su explicación a cada una de ellas. La política de puertas abiertas permite, en la sede de Valencia, gestionar y en muchos casos solucionar al momento o en breve plazo de tiempo las quejas, sugerencias y felicitaciones.

7.6.2 Acciones para la mejora de la calidad educativa.

Cada año, y una vez concluido el curso, los responsables académicos tienen una reunión en la que se evalúa la información recogida en los siguientes documentos:

- Acta del Claustro de Profesores (realizada en el mes de septiembre).
- Informe Reunión delegados (normalmente en el mes de noviembre).
- Informe Reunión delegados-grupos (entre marzo y abril).
- Evaluación del profesorado (tanto la del primer como la del segundo semestre).
- Análisis anual del profesorado.
- Actas de las Comisiones de Titulación.
- Informe sobre la Satisfacción del Profesorado.

Como resultado de toda esa información se elabora el documento "Acciones de mejora de la calidad educativa" y del que se derivan acciones que se implementarán en el curso siguiente.

Dichas acciones, a modo de resumen, son las que se recogen a continuación:

- Se procede al cambio de un profesor. Se lleva a cabo el proceso de selección para incorporar una persona que responda al perfil estipulado.
- Se conciertan entrevistas entre profesores para coordinar la impartición de las materias evitando solapamientos y/o gestionarlos adecuadamente.

Informe Anual de la Titulación Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM) Curso Académico 2017/18 ESIC Business & Marketing School

7.6.3 Seguimiento de las acciones derivadas de las sugerencias y reclamaciones

Los resultados sobre el seguimiento de las acciones de mejora implantadas a partir de la información del curso 2016-2017, han sido los siguientes:

●	Se asigna en el caso de observar una evolución positiva.	80,0%
●	Se asigna en el caso de observar una evolución parcialmente positiva.	0,0%
●	Se asigna en el caso de no observar ningún tipo de mejora.	20,0%

7.7 Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés

7.7.1 Satisfacción de los Alumnos

Satisfacción con el profesorado

Se realizan 2 rondas anuales obteniéndose una media global de 7,60 (Valoración de 0 a 10 puntos). El objetivo marcado a partir de esta encuesta es conseguir una nota media global superior a 6,5 puntos sobre 10. La valoración media de los profesores en cada curso del título en los últimos años ha sido la siguiente:

Curso	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18
1º	6,77	7,42	7,86	7,86	7,46
2º	7,72	7,10	7,72	7,31	7,06
3º	-	7,55	7,13	7,40	7,10
4º	-	-	7,55	7,62	7,05
MEDIA	7,25	7,36	7,56	7,60	7,44

Informe Anual de la Titulación

Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

Satisfacción con la titulación

Las encuestas de satisfacción sobre el programa se realizan en 2 periodos durante el Título, en 2º curso la intermedia y en 4º curso la final. El modelo utilizado para estimar la satisfacción del título está conformado por los siguientes factores: resultados del programa, estructura del programa, metodología enseñanza-aprendizaje, infraestructuras e instalaciones, acceso y atención al estudiante, organización del programa, personal docente, formación integral, y expectativas de futuro.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en cada una de las dimensiones analizadas:

2º CURSO	GRCM
	Media
RESULTADOS DEL PROGRAMA	6,67
ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	6,35
METODOLOGÍA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	6,44
INFRAESTRUCTURAS E INSTALACIONES	7,60
ACCESO Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTE	6,79
ORGANIZACIÓN DEL PROGRAMA	6,59
PERSONAL DOCENTE	6,92
FORMACIÓN INTEGRAL	7,13

4º CURSO	GRCM
	Media
RESULTADOS DEL PROGRAMA	7,00
ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	5,50
METODOLOGÍA ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	5,81
INFRAESTRUCTURAS E INSTALACIONES	7,29
ACCESO Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTE	6,23
ORGANIZACIÓN DEL PROGRAMA	6,06
PERSONAL DOCENTE	5,67
FORMACIÓN INTEGRAL	7,29
EXPECTATIVAS DE FUTURO	6,57

Análisis de Datos y Conclusiones:

Al analizar los resultados observamos que las puntuaciones más altas, en el colectivo de 2º curso, se producen en los ítems referidos infraestructuras y formación integral. En el caso de 4º curso, los aspectos con valoraciones medias más elevadas son los relacionados con formación integral e infraestructuras e instalaciones.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede.

7.7.2 Satisfacción de Egresados

Tal y como marca la Política de Inserción Laboral, estas encuestas se realizan cada 3 años. Está previsto su lanzamiento después del verano de 2019.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador: No procede.

7.7.3 Satisfacción de Personal Docente

7.7.3.1 Satisfacción de Personal Docente Respecto de la Titulación

ESIC lanzó un plan de encuestas para la satisfacción del personal docente desde el curso 2013/14. Su lanzamiento y recepción de datos ha permitido conocer el desarrollo, cumplimiento del programa y seguimiento de la evaluación de los alumnos. Los destinatarios recibieron en formato digital el Cuestionario para recibir respuestas representativas y obtener representatividad en los resultados. La encuesta y tabulación está realizada por el Instituto de la Economía Digital - ICEMD.

De los resultados obtenidos, se destaca la siguiente información:

- El índice de participación se situó en el 76,7%.
- La satisfacción media (promedio de los 15 ítems incluidos en el cuestionario) del claustro de profesores de GRCM se situó en 8,8 sobre 10.

Encuestas de Satisfacción

Se lanzaron 15 preguntas sobre el desarrollo de temario, prácticas, tutorías; sobre la asistencia y conocimientos previos de los alumnos; la accesibilidad de la documentación; los servicios de datos, el seguimiento de evaluación continua y los resultados académicos.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los ítems mejor valorados (con puntuaciones superiores a 9 sobre 10) han sido el desarrollo de actividades de evaluación previstas, y la implementación de las actividades prácticas previstas, que en los tres casos han estado en valores iguales y superiores a 9 sobre 10.

7.7.3.2 Satisfacción de Personal Docente Respecto de las Infraestructuras e Instalaciones.

Encuestas de Satisfacción

La encuesta de valoración de las infraestructuras e instalaciones del campus de Valencia y clima laboral, se lleva a cabo a partir de un cuestionario que incluye 33 ítems que permiten estimar el nivel de satisfacción (a partir de una escala con valores comprendidos entre 1 y 10, donde 1 indica el menor grado de satisfacción posible y 10 el mayor) con aspectos referidos con: la amplitud de espacios donde se trabaja, iluminación, climatización, servicios de voz, servicios de datos fijos, servicios de datos móviles (wi-fi), mobiliario, limpieza, salas de reuniones, servicio de cafetería, restaurante, sistema de protección y prevención de riesgos laborales, servicio de buzón de sugerencias, percepción de seguridad en el edificio, señalización e información, mantenimiento de infraestructuras, y servicio de aulas.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los resultados obtenidos en el curso 2015/16 revelan que la limpieza de aulas, aseos, despachos y cafetería, seguridad y mantenimiento de las instalaciones están valorados por encima de 8,2 sobre 10. Sin embargo, los ítems sobre la climatización de las aulas, la velocidad de acceso a red y la calidad de equipo de sobremesa se quedan en torno a 6,5.

7.7.4 Satisfacción de Personal No Docente

7.7.4.1 Satisfacción de Personal No Docente Respecto de la Titulación

A partir de los resultados obtenidos en la encuesta de satisfacción del personal de administración y servicios de la titulación durante el curso 2016/17, lanzada desde el ICEMD, se destaca la siguiente información:

- El índice de participación se situó en el 63,41%.
- La satisfacción media (promedio de los 9 ítems incluidos en el cuestionario) del personal de administración y servicios de GRCM sobre la satisfacción de los aspectos académicos se situó en 8,46 sobre 10.

Encuestas de Satisfacción

Se ha realizado a través del ICEMD (*Instituto de la Economía Digital*), para recoger la opinión del personal de administración y servicios de la titulación de GRCM. Se han planteado 9 ítems en los que se pregunta sobre la disponibilidad de la información, aspectos docentes necesarios para atender a los estudiantes (fechas y requisitos de matriculación, aulas, horarios, etc.), el trato con estudiantes y profesores y la gestión de procesos y recursos tecnológicos, materiales y humanos.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los ítems mejor valorados han sido la gestión de los procesos administrativos, la relación de los estudiantes con el título y el nivel de satisfacción general con la gestión de los aspectos académicos-administrativos-servicios del título, que obtienen una valoración media de 8,8.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador: No procede.

7.7.4.2 Satisfacción de Personal No Docente Respecto de las Infraestructuras, Instalaciones y Clima laboral.

Encuestas de Satisfacción de Infraestructuras e Instalaciones:

La encuesta de valoración de las infraestructuras e instalaciones del campus de Valencia y clima laboral, se lleva a cabo a partir de un cuestionario dividido en dos partes:

En la primera de ellas, se incluyen 33 ítems que permiten estimar el nivel de satisfacción (a partir de una escala con valores comprendidos entre 1 y 10, donde 1 indica el menor grado de satisfacción posible y 10 el mayor) con aspectos referidos con: la amplitud de espacios donde se trabaja, iluminación, climatización, servicios de voz, servicios de datos fijos, servicios de datos móviles (wi-fi),

mobiliario, limpieza, salas de reuniones, servicio de cafetería, restaurante, sistema de protección y prevención de riesgos laborales, servicio de buzón de sugerencias, percepción de seguridad en el edificio, señalización e información, mantenimiento de infraestructuras, y servicio de aulas.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los resultados de esta parte obtenidos en el curso 2015/16, marcan por encima de 8,7 sobre 10 la satisfacción sobre la limpieza de zonas comunes, la mensajería, sala de reuniones, iluminación y servicios de red (Cantidad y seguridad del almacenamiento) y la amplitud de espacios de desarrollo del trabajo. En la parte menos valorada, si bien es con una puntuación de 7, se muestra el Servicio Buzón 'Danos tu opinión', la seguridad en los edificios en los que desempeña la actividad, con un 7,3 y el servicio de cafetería, con un 7,4.

Encuestas de Satisfacción de Clima Laboral:

En la segunda parte se analiza el clima laboral. Para ello se hace uso de una escala compuesta por 15 preguntas que deben valorarse con puntuaciones que van de 0 a 10. Estos ítems quedan agrupados en 3 dimensiones que hacen referencia a la calidad laboral (satisfacción con el desarrollo profesional, el salario, la relación con los mandos, la conciliación, etc.), la marca del empleador (percepción de la imagen de empresa, su reputación, el nivel de atractivo del sector de actividad, etc.) y la reputación interna (valores éticos, igualdad entre hombre y mujeres, reputación de los altos directivos, orgullo de pertenencia, etc.).

Análisis de Datos y Conclusiones:

En esta parte, destacan el orgullo de pertenencia, la importancia de la identificación de los trabajadores con el proyecto empresarial así como la importancia de las acciones de conciliación de la vida personal y laboral, estos tres ítems valorados por encima de 9. No obstante, entre 6 y 6,5 se sitúan ítems como la satisfacción sobre el hecho de que las oportunidades de desarrollo sean las mismas entre hombres y mujeres, y entre personas de diferentes nacionalidades (6,2); la satisfacción del desarrollo profesional y la promoción interna así como la de percibir un salario coherente con la función desempeñada, ambos con un (6,3) y la satisfacción con las acciones de conciliación de la vida personal y laboral, con un 6,5 sobre 10.

7.7.5 Satisfacción Agentes Externos

A través de los representantes externos en las Comisiones de titulación, las evaluaciones externas realizadas por ANECA, AVAP, y evaluadores ISO, 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 MEJORA al Indicador No procede.

7.7.6 Satisfacción Prácticas Profesionales

Los alumnos que han realizado la encuesta correspondiente a sus prácticas en empresa califican con 8,5 sobre 10 el programa de prácticas externas

Informe Anual de la Titulación

Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

Preguntado al tutor académico de GRCM, de forma global, su grado de satisfacción con el Dpto. de Prácticas de ESIC (la información y atención recibidas, así como la gestión administrativa) los resultados obtenidos son de 8 puntos sobre 10.

Finalmente, la satisfacción general con el Dpto. de Prácticas de ESIC por parte del tutor externo es valorada con un 7,1 sobre 10.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se valoran positivamente los resultados relacionados con la satisfacción de prácticas profesionales considerando todos los agentes implicados en ellas si bien el índice de respuesta es bajo y por lo tanto, estas encuestas no son representativas.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador

Mejora: conseguir unas tasas de respuesta superiores a las actuales en las encuestas de satisfacción de prácticas profesionales.

Causa: se ha procedido a un cambio en la plataforma de encuesta y en vez de por Proveedor Externo se lanzaron en junio de 2018 a través de la Plataforma de Prácticas.

Acciones a Desarrollar: cambiar de proveedor y enviar las encuestas antes del cierre de curso.

Responsables: Responsable del Área

Procedencia de la Mejora: Dirección de Calidad y Acreditaciones

Área de aplicación: Título Grado en Gestión Comercial y Marketing

Tiempo Realización: 2017/18 y 2018/19

Indicador: Tasa de respuesta

Código: 2017.MEMORIA.GRCM.002

7.7.7 Satisfacción Programas de Movilidad:

En la encuesta que se realiza a los alumnos en movilidad se destacan cuatro ítems relacionados con su nivel de satisfacción. En la siguiente tabla se reflejan las puntuaciones medias obtenidas en cada caso, estimadas a partir de una escala de 5 posiciones (donde 1 es la menor satisfacción posible y 5 la mayor).

	Media 2017/18
Aspectos generales	4,1
Oficina Internacional de ESIC	3,2
Coordinación Académica	3,8
Estancia Internacional	3,7
Valorar la atención	3,8

Análisis de Datos y Conclusiones: como se observa en los datos medios presentados en la tabla, el nivel de satisfacción de los alumnos en movilidad es alto (situándose cercano a 4 la mayoría de puntuaciones medias).

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador: No procede.

8 RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA (PRIVADAS 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 AVAP:

INFORME DEL DISEÑO DE ANECA 2012

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

Criterio 4: acceso y admisión de estudiantes

- Se recomienda, con respecto al reconocimiento de la experiencia laboral, la solicitud del estudiante de un informe por escrito de su experiencia laboral especificando la/s empresa/s en las que ha desarrollado su actividad profesional y las funciones desempeñadas, con el fin de completar la información extraída de la entrevista personal.

Grado de Implantación: Se recoge dicha información en la Solicitud de Admisión.

Criterio 5: planificación de las enseñanzas

- Se recomienda incluir los resultados de aprendizaje de todas las materias/asignaturas que configuran el grado propuesto.

Grado de Implantación: Se recogerá anualmente los resultados según se especifica y se publicará y rendirá cuentas a través del Informe anual de Titulación.

Criterio 6: personal académico

- Dada la escasez de investigación que se realiza por parte del personal académico, se recomienda reducir la carga docente del profesorado para que puedan ampliar su actividad investigadora.

Grado de Implantación: Existe un Programa de Investigación gestionado desde la Dirección del Dpto. de Investigación que contempla la mayor involucración del personal docente en la investigación.

- Se ha ampliado la información relativa al personal de apoyo informático, pero se recomienda aportar el mismo nivel de información (vinculación a la universidad y su experiencia profesional, tanto en el centro propio como en el adscrito) para el resto de personal de apoyo de la universidad, por ejemplo: de la biblioteca y otros servicios generales.

Grado de Implantación: Se ofrece información sobre los servicios de apoyo al estudiante en la web del título en su apartado Infraestructuras e Instalaciones. Además, se informa de los Servicios del Campus en la Guía Académica.

http://www.esic.edu/pdf/Valencia_grado_guia_2013-2014.pdf

Informe Anual de la Titulación

Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

Criterio 10: calendario de implantación

- Aunque se indica en la memoria que la Universidad ha publicado en la información de cada uno de los Grados la equivalencia entre las asignaturas del titulación que se extingue y las asignaturas de Grado, se recomienda que se incluya en esta memoria el número de créditos asociados a las asignaturas de la licenciatura de Investigación y Técnicas de Mercado.

Grado de Implantación: Esta modificación de Memoria debe realizarla la UMH.

INFORME DE SEGUIMIENTO DE AVAP

En 2015 se realiza el primer informe de seguimiento del Título que valora como ADECUADA la forma de implantación. Dicho documento está publicado en la página web en la siguiente dirección: https://www.esic.edu/pdf/informe_definitivo_seguimiento_gestion_comercial_y_marketing.pdf

Para atender las recomendaciones sugeridas, se realiza un Plan de Acción de Mejora en el que se muestra el grado de implantación de las referidas recomendaciones.

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

- Es necesario actualizar el manual de RRHH del Campus de Valencia para ajustar a la realidad las nuevas funciones.

Grado de Implantación: Se ha enviado el documento y el organigrama.

- Es necesario revisar el Listado de registros y adaptar los responsables de registros a la realidad de las nuevas funciones.

Grado de Implantación: Se ha actualizado el documento y ya está publicado.

- A.R. ha de incluir en su ficha individual de formación el curso específico de Marketing en Internet que realizó el curso pasado.

Grado de Implantación: Hecho

- El perfil del profesor no corresponde con los requisitos descritos en el Manual de RRHH de Idiomas.

Grado de Implantación: Se ha editado nueva edición del Manual de RRHH de Idiomas.

- No se ha llevado a cabo el Diseño del curso de catalán de acuerdo con los formatos de Diseño y Control establecidos para tal fin.

Grado de Implantación: Desde Idiomas se explica que no se ha creado ningún curso ya que el material utilizado ya existe - es de una editorial. Se posee, y se adjunta, el syllabus del curso.

- No se puede evidenciar un informe de impacto de campañas para las distintas acciones comerciales.

Grado de Implantación: Se propone hacer una propuesta de informe de análisis de resultados alcanzados para que sea un esquema a seguir por área, una vez al año finalizada la campaña.

- Un alumno becado de grado, no aporta documentación que verifique su situación familiar.

Grado de Implantación: Se añade la documentación pertinente para que todos los casos queden perfectamente acreditados.

- Se recomienda que las facturas que se encargan a Administración para su pago recojan la firma de quien lo autoriza.

Grado de Implantación: Se tiene en cuenta para las próximas acciones.

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

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:

Informe Anual de la Titulación

Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM)

Curso Académico 2017/18

ESIC Business & Marketing School

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

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:

- Objetivos revisados y Objetivos propuestos

Grado de implantación: Puesta en marcha de reuniones Departamentales y por Áreas con la Dirección del Campus para la comunicación de los Objetivos del Campus

- Procedimiento de Guías Docentes, publicación y actualización

Grado de implantación: Se revisa y se actualiza la publicación de las Guías Docentes en la web de cada Titulación.

Puede verse en el siguiente link: <https://www.esic.edu/buscador-guias-docentes/?IdP=173>

- 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

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

A partir del 2018, se presentan las mejoras del Área Universitaria por años naturales.

9.1 Mejoras implantadas durante el 2018

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

- Mejorar la motivación, cualificación y sentido de pertenencia del profesorado
 - Selección nuevos profesores
 - Cualificación/Formación
 - Cercanía/Escucha Activa
 - Desarrollo Profesional
 - Reconocimientos
- Ofrecer Programas que creen valor a los Alumnos y a las Empresas
 - Sistematizar la escucha del mercado
 - Diseño de nuevos Programas
 - Actualización Programas Existentes
 - Puesta en marcha de nuevos cursos de Programas nuevos
- Reforzar la Metodología Docente, la investigación aplicada y los apoyos operativos

9.2 Propuestas de Mejora para el 2019

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

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

Las propuestas para el curso 2017/2018 son todas aquellas mejoras nuevas identificadas en este informe para su puesta en marcha en el 2018/2019.

- **Mejora:** Revisión de los Procedimientos que aplican al Área y a nivel Institucional. REALIZADO.
- **Código:** 2017.MEMORIA.GRCM.001

Informe Anual de la Titulación Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM) Curso Académico 2017/18 ESIC Business & Marketing School

- **Mejora:** conseguir unas tasas de respuesta superiores a las actuales en las encuestas de satisfacción de prácticas profesionales.
- **Código:** 2017.MEMORIA.GRCM.002

10 CUADRO DE INDICADORES

Ver información sobre indicadores en:

https://www.esic.edu/pdf/resumen_indicadores_grcm_2017_18.pdf