



**ESIC Business & Marketing School**

**INFORME ANUAL DE TITULACIÓN**  
**Grado Oficial en Gestión Comercial y**  
**Marketing (GRCM)**  
**CURSO ACADÉMICO 2015/16**  
**Comisión de Titulación**  
**Campus Valencia**

**Fecha Aprobación del Informe**  
**por parte de la Comisión de Titulación:**  
**27/07/2017**

## Contenido del informe

---

<b>1</b>	<b>OBJETIVO DEL INFORME .....</b>	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>PARA LA SOCIEDAD Y EL FUTURO ESTUDIANTE.....</b>	<b>7</b>
2.1	Información previa a la matrícula.....	7
2.2	Características del plan de estudios.....	7
2.3	Justificación del título.....	8
2.4	Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos.....	9
2.5	Atribuciones profesionales del título.....	9
2.6	Competencias que caracterizan el título .....	10
2.7	Perfil de Ingreso y Egresado .....	10
2.8	Datos de Matrícula.....	11
2.8.1	Plazas de nuevo ingreso ofertadas .....	11
2.8.2	Número de alumnos matriculados y bajas .....	11
<b>3</b>	<b>PARA EL ESTUDIANTE.....</b>	<b>13</b>
3.1	Guías docentes .....	13
3.2	Planificación temporal del despliegue del plan de estudios .....	13
3.2.1	Cambios introducidos en el Plan de Estudios (Mejoras implantadas).....	13
3.2.2	Grado de cumplimiento .....	14
3.3	Información relativa a la extinción del plan antiguo.....	17
3.4	Programas de movilidad .....	17

**Informe Anual de la Titulación**  
**Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)**  
**Curso Académico 2015/16**  
**ESIC Business & Marketing School**

3.4.1	Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación .....	18
<b>3.5</b>	<b>Orientación Profesional de la Titulación .....</b>	<b>18</b>
<b>3.6</b>	<b>Prácticas Profesionales .....</b>	<b>20</b>
<b>3.7</b>	<b>Inserción laboral de los egresados.....</b>	<b>21</b>
<b>3.8</b>	<b>Proyecto Diversidad.....</b>	<b>22</b>
<b>3.9</b>	<b>Otros .....</b>	<b>22</b>
3.9.1	Premios a la Excelencia.....	22
3.9.2	Seguimiento muy cercano alumnos 1º y 2º Cursos .....	23
3.9.3	Participación de alumnos en los diferentes Concursos y Premios .....	23
3.9.4	Seguimiento alumnos extranjeros.....	23
<b>4</b>	<b>PROFESORADO .....</b>	<b>25</b>
<b>4.1</b>	<b>Categoría del Profesorado.....</b>	<b>25</b>
<b>4.2</b>	<b>Actividad investigadora .....</b>	<b>26</b>
<b>4.3</b>	<b>Calidad del Profesorado .....</b>	<b>34</b>
<b>4.4</b>	<b>Programas de Movilidad del Profesorado .....</b>	<b>35</b>
<b>5</b>	<b>OTROS RECURSOS .....</b>	<b>36</b>
<b>5.1</b>	<b>Recursos físicos .....</b>	<b>36</b>
<b>5.2</b>	<b>Recursos humanos (PAS).....</b>	<b>36</b>
<b>6</b>	<b>MEMORIA DE ACTIVIDADES.....</b>	<b>38</b>
<b>6.1</b>	<b>Actividades desarrolladas .....</b>	<b>38</b>
<b>7</b>	<b>GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE</b>	

**Informe Anual de la Titulación**  
**Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)**  
**Curso Académico 2015/16**  
**ESIC Business & Marketing School**

<b>CALIDAD EN LA TITULACIÓN .....</b>	<b>44</b>
<b>7.1 Procedimientos (Mapa de Procesos) .....</b>	<b>44</b>
<b>7.2 Políticas/Procedimientos/Manuales .....</b>	<b>45</b>
<b>7.3 Comisión Académica de la Titulación .....</b>	<b>46</b>
<b>7.4 Reuniones otros equipos.....</b>	<b>50</b>
7.4.1 Tutores.....	50
7.4.2 Delegados .....	51
<b>7.5 Evaluación del Aprendizaje .....</b>	<b>52</b>
7.5.1 Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento .....	53
7.5.2 Tasas por Materia (Rendimiento, Presentación y Superación) .....	54
7.5.3 Análisis Evaluación del Aprendizaje.....	56
7.5.4 Evaluación de las Competencias del Título.....	58
7.5.5 Evaluación de MECES .....	61
7.5.6 Alumnos Egresados .....	64
<b>7.6 Gestión de sugerencias y reclamaciones .....</b>	<b>65</b>
7.6.1 Reconocimientos por Área/Titulación (Quejas, Felicitaciones o Sugerencias) .....	65
7.6.2 Acciones para la mejora de la calidad educativa .....	66
7.6.3 Seguimiento de las acciones derivadas de las sugerencias y reclamaciones .....	66
<b>7.7 Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés .....</b>	<b>67</b>
7.7.1 Satisfacción de los Alumnos .....	67
7.7.2 Satisfacción de Egresados .....	69
7.7.3 Satisfacción de Personal Docente.....	69
7.7.4 Satisfacción de Personal No Docente .....	70
7.7.5 Satisfacción Agentes Externos .....	72
7.7.6 Satisfacción Prácticas Profesionales.....	72
7.7.7 Satisfacción Programas de Movilidad: .....	72
<b>8 RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA (PRIVADAS Y OFICIALES). GRADO DE IMPLANTACIÓN. ....</b>	<b>74</b>
<b>9 PROPUESTAS DE MEJORA .....</b>	<b>76</b>

**Informe Anual de la Titulación**  
**Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)**  
**Curso Académico 2015/16**  
**ESIC Business & Marketing School**

<b>9.1</b>	<b>Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2015/2016.....</b>	<b>76</b>
<b>9.2</b>	<b>Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2016/2017.....</b>	<b>78</b>
<b>10</b>	<b>CUADRO DE INDICADORES.....</b>	<b>79</b>
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>80</b>
	<b>ANEXO 1: Satisfacción de los alumnos:.....</b>	<b>80</b>
	<b>ANEXO 2: Satisfacción de Egresados.....</b>	<b>85</b>
	<b>ANEXO 3: Cuestionario sobre el proceso de evaluación de Docencia 2015. ....</b>	<b>87</b>
	<b>ANEXO 4: Satisfacción del PDI sobre la Titulación.....</b>	<b>91</b>
	<b>ANEXO 5: Satisfacción del PDI sobre la Infraestructuras e Instalaciones.....</b>	<b>92</b>
	<b>ANEXO 6: Satisfacción del PAS sobre la Titulación. ....</b>	<b>93</b>
	<b>ANEXO 7: Satisfacción del PAS sobre la Infraestructuras, Instalaciones y Clima Laboral. ....</b>	<b>94</b>
	<b>ANEXO 8: Satisfacción de Prácticas Profesionales.....</b>	<b>96</b>
	<b>ANEXO 9: Satisfacción programas de movilidad.....</b>	<b>99</b>

## 1 OBJETIVO DEL INFORME

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

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

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

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

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

<http://www.aneca.es/Programas-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](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=perfil_entrada)

#### Vía de acceso al Primer Curso

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16
Bachillerato/PAU	79,2%	96,4%	79,3%	73,5%
Poseer alguno de los Títulos que habilitan para el acceso a la Universidad	20,8%	3,6%	20,7%	26,5%
<b>TOTAL</b>	100%	100%	100%	100%

Fuente Secretaría Valencia ESIC

#### Nota media de acceso (PAU)

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16
Nota media de PAU	6,03	6,23	6,47	6,81

Fuente Secretaría Valencia ESIC

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Aunque las vías de acceso más comunes para el alumno de este título es la del estudiante que acaba de finalizar sus estudios de bachiller y ha aprobado la selectividad/PAU, en el curso 2015-2016 se observa un importante incremento de alumnado que accede con otras titulaciones que habilitan el acceso a la universidad (26,5%).

**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](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=academica_plan)

A continuación, se desglosa el número de matriculados desde el curso 2012/13.

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

#### Número de matriculados según Plan de Estudios por curso

	Curso	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	Variación
<b>Grado Oficial en Gestión Comercial (GRCM)</b>	1º	24	28	29	34	17,24%
	2º		22	23	22	-4,35%
	3º			22	27	22,73%
	4º				22	
<b>TOTAL GRCM</b>		24	50	74	105	41,89%

Fuente Secretaría Valencia ESIC

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

En el curso 2015/16 el número de alumnos de nuevo ingreso se incrementa ligeramente (17,24%) respecto al curso anterior

También es necesario destacar que se observa una tendencia positiva, en cuanto a incremento de número de alumnos de nuevo ingreso, desde el primer año de la implantación del título.

**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](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
Plazas Ofertadas (A)	50	50	50	50
Plazas Demandadas (B)	39	33	30	31
<b>Ratio: Relación B/A</b>	78,0%	66,0%	60,0%	62,0%

Fuente Secretaría Valencia ESIC

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

En el curso 2015-2016 la relación entre plazas ofertadas y demandadas ha subido ligeramente y se sitúa en el 62%.

#### **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.

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

**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

**Indicador:** Tasa de Matriculación

**Código:** 2016.MEMORIA.GRCM.001

## 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 puede consultar desde este enlace: [http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=academica\\_reconocimiento](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=academica_reconocimiento)

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	Variación
Nº Alumnos que solicitan Transferencia de Créditos	7	7	8	10	25%
Nº Créditos que solicitan para Transferencia de Créditos (total)	240	180	258	252	-2,33%
Nº Reconocimientos de créditos (unidades totales de créditos reconocidos)	240	180	258	252	-2,33%
Nº Reclamaciones a Solicitudes de Convalidación no reconocidas		0	0		
Nº Reclamaciones aceptadas a Solicitudes de Convalidación no reconocidas		0	0		

Fuente Secretaría Valencia ESIC

### Análisis de Datos y Conclusiones:

Un total de 10 alumnos solicitan para el curso 2015/16 transferencia de créditos. Concretamente se solicitan y se reconoce 252 créditos lo que supone un decremento del 2,3 % respecto del curso anterior.

**PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador** No procede.

## 2.5 Atribuciones profesionales del título

No procede para el Título.

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

## 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](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](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=requisitos_acceso)

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

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	Variación (puntos porcentuales)
Alumnos de nuevo ingreso: Mujeres	41,7%	28,6%	55,2%	35,3%	-20pp.
Alumnos de nuevo ingreso: Hombres	58,3%	71,4%	44,8%	64,7%	20pp
Alumnos de nuevo ingreso de fuera de la Comunidad Valenciana	12,5%	14,3%	6,9%	0,0%	-6,9pp
Alumnos de nuevo ingreso: Extranjeros	4,2%	7,1%	3,4%	0,0%	-3,4pp
Alumnos de nuevo ingreso matriculados a tiempo completo	100%	100%	100%	100%	

Fuente Secretaría Valencia ESIC

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

### Información egresados

La información sobre egresados (alumnos que han aprobado todos los créditos del Título) lo tendremos para el quinto año de implantación del título.

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](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=perfil_salida)

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Cuando comparamos los datos de los dos cursos analizados se observan cambios en la distribución de los datos. Concretamente se observa un notable descenso de mujeres respecto al año anterior existe un mayor porcentaje de hombres respecto al curso anterior. Adicionalmente, es necesario señalar que no hay alumnos provenientes de alumnos de fuera de la Comunidad Valenciana y hay menos alumnos extranjeros.

**PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador** No procede

## 2.8 Datos de Matrícula

Una vez admitido en el Grado, el alumno formaliza su matrícula en la Secretaría del Área de Grado de ESIC, como se indica en: [http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=requisitos\\_matricula](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=requisitos_matricula)

### 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 2014-20015.

#### Plazas de nuevo ingreso ofertadas

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16
Número de plazas de Nuevo Ingreso ofertadas	50	50	50	50
Número de matriculaciones de Nuevo Ingreso	24	28	29	34
<b>Tasa de Cobertura: %Matriculados/plazas ofertadas</b>	48,0%	56,0%	58,0%	68,0%

Fuente Secretaría Valencia ESIC

### 2.8.2 Número de alumnos matriculados y bajas

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

#### Número de alumnos matriculados

	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	Variación
Alumnos de Nuevo Ingreso en Primer Curso	24	28	29	34	5 pp.
Alumnos de Nuevo Ingreso en Otros Cursos	0	0	0	0	0
<b>Total Nuevos Matriculados</b>	24	28	29	34	5,00
Abandonos* (Total de todos los cursos)	NA	NA	2	3	1,00

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 2015/16 se produce una variación del 17,2% en el indicador de alumnos de nuevo ingreso en el primer curso de la titulación. Señalar también que en el curso 2015/16 se cuentan 3 abandonos.

#### 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

**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 2015/16 con el nuevo formato (Ed.5) que recoge las modificaciones referidas a tres aspectos: a) Introducción de forma de contacto del profesor, así como el sistema para la solicitud de Tutorías; b) El sistema de evaluación de los “Resultados del Aprendizaje” y c) La reducción/normalización de los posibles “Sistemas de evaluación”, así como el número de piezas a evaluar en función de los créditos de la asignatura.

#### **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**

**Mejora:** Implantación de un nuevo formato de guía docente (Ed.6) para el curso 2016/17

**Causa:** Revisar que los contenidos se ajustan a lo indicado en el informe de seguimiento último.

**Acciones a Desarrollar:** Propuestas y elaboración de nuevo formato por parte de los responsables

**Responsables:** Dirección de Grado y Vicedecano de Grado.

**Procedencia de la Mejora:** Memoria del Título.

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

**Tiempo Realización:** 2015/16

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

**Código:** 2016.MEMORIA.GRCM.002

### 3.2 Planificación temporal del despliegue del plan de estudios

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

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

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

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

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

A continuación, se listan las mejoras identificadas en los bloques de procesos de la Cadena de Valor del Título y Área. Dichas mejoras fueron identificadas a través del proceso de auditoría interna durante el curso académico 2015/16, más concretamente en abril de 2016.

	NC	OBS	MEJORAS
Mejoras Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado (PR.2)	6	23	1
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Formativo (PR.3)	1	4	0
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Complementario (PR.3)	2	12	3
Mejoras Procesos de Apoyo-Prestación del servicio (PR 4)	4	10	1
<b>Total Mejoras Curso Académico</b>	<b>13</b>	<b>49</b>	<b>5</b>

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

El esfuerzo constante por identificar mejoras en los procesos y procedimientos del título son evidenciados a partir de las auditorías internas realizadas en ESIC. A través del proceso de auditoría interna realizada durante el curso académico 2015/16, se identificaron un total de 5 mejoras en los bloques de procesos de la Cadena de Valor.

#### Propuestas de Mejora al Indicador

No procede

#### 3.2.2 Grado de cumplimiento

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

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

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

**Grado de Cumplimiento: CERRADA**

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

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](http://www.esic.edu/calidad). Las comunicaciones desde el Dpto. de Marketing se remiten a todos los colectivos externos (aproximadamente 600 comunicaciones al año)

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

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

**Grado de Cumplimiento: CERRADA**

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

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

**Grado de Cumplimiento: CERRADA**

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

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

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

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

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

**Grado de Cumplimiento: EN PROCESO**

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

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

**Grado de Cumplimiento: CERRADA**

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

de Calidad.

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

**Grado de Cumplimiento: CERRADA**

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

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

**Grado de Cumplimiento: CERRADA**

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

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

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

**Grado de Cumplimiento: CERRADA**

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

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

**Grado de Cumplimiento: CERRADA**

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

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

**Fuente Informe de Seguimiento de Audit 2016**

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

- 1.- La formulación, implantación seguimiento y revisión de la estrategia de calidad.
- 2.- La revisión de resultados por la Dirección a partir de la documentación generada.
- 3.- La atención al estudiante, en particular a los de nuevo ingreso, tanto en la información que se les facilita, como mediante el acto de bienvenida, a través del plan de acción tutorial, de los denominados cursos cero y de los cursos específicos que solicitan los tutores.
- 4.- Las reuniones sistemáticas con los delegados de los estudiantes, así como las que tiene la

dirección con cada uno de los grupos.

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

Fuente: Informe Audit 2014

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

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

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

No procede

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

No procede al no haber plan antiguo de 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.

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

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
Alumnos en movilidad por Convenio ERASMUS			
Alumnos ESIC de ERASMUS	0	3	2
Alumnos ERASMUS en ESIC	6	21	30
Alumnos en movilidad por Convenio MUNDE			
Alumnos ESIC en MUNDE	0	0	0
Alumnos MUNDE en ESIC	0	0	0
Alumnos en movilidad por Otros Convenios ESIC			
Alumnos ESIC en Otros Convenios	0	0	0
Alumnos Otros Convenios en ESIC	0	0	3
<b>Total Alumnos ESIC en movilidad</b>	0	3	2
<b>Total Alumnos de Movilidad en ESIC</b>	6	21	33
<b>Total de Convenios Internacionales de ESIC con otras Universidades</b>	5	18	26

Fuente Oficina Internacional ESIC

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Se observa un incremento notable en el número de alumnos ERASMUS que se reciben en la titulación. En esta misma línea, también es necesario destacar que los convenios internacionales con otras universidades se han incrementado significativamente en dos años, pasando de 5 a 26.

**PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador** No procede.

### 3.5 Orientación Profesional de la Titulación

Las valoraciones que se recogen sobre la **satisfacción de alumnos 2015/16 respecto a cuestiones de orientación profesional**, son las que se muestran a continuación:

**A Encuesta realizada a estudiantes de 2º curso (TASA DE RESPUESTA: 68%):**

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

2º GRCM	Despertar inquietudes emprendedoras	Oferta de prácticas en empresa	Formación en habilidades de desarrollo humano (valores éticos)	Formación en habilidades de gestión directiva
Curso 2015/16	6,5	NA	6,8	6,9
Curso 2014/15	6,2	NA	6,6	6,9
Curso 2013/14	8,0	NA	6,9	7,6

Fuente Unidad de Calidad ESIC

#### B Encuesta realizada a estudiantes de 4º curso (TASA DE RESPUESTA: 64%):

4º GRCM	Despertar inquietudes emprendedoras	Prácticas en empresa	Formación en habilidades de desarrollo humano (valores éticos)	Formación en habilidades de gestión directiva
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 6,5.

#### PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede

**Mejora:** Optimizar los índices de los resultados de 4º curso. En particular, de Prácticas en Empresa.

**Causa:** Baja percepción del Alumnado sobre actividades directivas, de emprendimiento y la comunicación sobre el número de prácticas que se ofertan.

**Acciones a desarrollar:** Incrementar el número de Master Class y visitas de profesionales relacionados con el marketing y/o el emprendimiento. Conseguir más acuerdos con empresas para ofrecer a los alumnos más posibilidades de prácticas.

**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

**Código:** 2016.MEMORIA.GRCM.003

**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 964 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](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=practicas_externas)

	2014/15	2015/16	Variación
Nº Alumnos en prácticas <b>No Curriculares</b> durante el curso académico	9	12	33,33%
Nº Alumnos en prácticas <b>Curriculares</b> durante el curso académico	2	18	800,00%
<b>Total Alumnos en Prácticas</b>	<b>11</b>	<b>30</b>	<b>172,73%</b>

Fuente Dpto. de Prácticas ESIC

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Durante el curso 2015-2016 se nota el avance en el itinerario formativo del título y el incremento en la demanda de prácticas que ello conlleva.

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

Los nombramientos alcanzados se publican en la **Revista Alumni de ESIC**, a continuación, se listan las publicaciones de la revista durante el 2015/16:

#### 2015

Número 36. <http://esic.edu/actualidad/esic-alumni-no36-finanzas/>

#### 2016

Número 37. <http://esic.edu/actualidad/esic-alumni-no37-marketing/>

Número 38. <http://esic.edu/actualidad/esic-alumni-no38transformacion-digital-y-tecnologica/>

Número 39 <http://esic.edu/actualidad/esic-alumni-no39/>

Número 40 <http://esic.edu/actualidad/esic-alumni-no40/>

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

Para esta Titulación se empezará a analizar la inserción laboral a partir de la graduación de la primera promoción en el curso 2016/17.

### 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 desarrolladas durante el Curso Académico 2015/16 en el Grado en Marketing:

- 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

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

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

### 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](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 4ª Edición Premios Excelencia, y como se planificó el curso pasado, se han actualizado los criterios de adjudicación de los Premios, el proceso de avales de los profesores, digitalizado la fase documental, así como en los procesos de comunicación de los Premios.

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

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

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

**Propuestas de Mejora al Indicador:** no procede

### 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.

Durante el curso 2015/16 se implementó el “Plan de Acción Tutorial” ([http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=atencion\\_tutorizacion](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=atencion_tutorizacion)) realizando 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.

En esta misma línea se mantiene la iniciativa del “Alumno-Mentor” con la finalidad de mejorar la integración de los alumnos de nuevo ingreso.

También es necesario señalar que para el curso 2015/2016, se elaboró y distribuyó el “Manual de Acogida del Alumnado”

Tutorías de seguimiento de asistencia: tanto para los alumnos de 1º como de 2º curso, se realizan tutorías de seguimiento de faltas de asistencia al 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 de Prerrequisitos” de 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](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: CAREM, INICIATIVA EMPRENDEDORA, ESICREA, etc.

Ver Memoria de ESIC 2015

(<http://www.esic.edu/calidad/pdf/memoria-resumen-de-esic-2015-version-espanol.pdf>)

### 3.9.4 Seguimiento alumnos extranjeros

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

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 “Alumno-Mentor” 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 2015/16 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](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:

#### Perfil Profesorado

**Evolución del profesorado Profesorado de la Titulación (por número de profesores)**  
Campus: VALENCIA  
Nombre de la Titulación: GRADO EN GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING

curso	2012/13		2013/14		2014/15		2015/16	
	valor		valor		valor		valor	
Doctor Acreditado	2	28,6%	2	16,7%	3	20,0%	5	27,8%
Doctor (Acreditado o no)	7	87,5%	12	70,6%	15	60,0%	18	58,1%
Licenciado	1	12,5%	5	29,4%	10	40,0%	13	41,9%
Full Time	2	25,0%	7	41,2%	8	32,0%	10	32,3%
Part Time	6	75,0%	10	58,8%	16	64,0%	20	64,5%
Colaborador	0	0,0%	0	0,0%	1	4,0%	1	3,2%
TOTAL CLAUSTRO	8		17		25		31	

**Evolución del profesorado Profesorado de la Titulación (por número de créditos)**  
Campus: VALENCIA  
Nombre de la Titulación: GRADO EN GESTIÓN COMERCIAL Y MARKETING

curso	2012/13		2013/14		2014/15		2015/16	
	valor		valor		valor		valor	
Doctor Acreditado	12	22,2%	12	13,3%	24	20,0%	48	29,6%
Doctor (Acreditado o no)	54	90,0%	90	75,0%	120	66,7%	162	67,5%
Licenciado	6	10,0%	30	25,0%	60	33,3%	78	32,5%
Full Time	12	20,0%	48	40,0%	54	30,0%	102	42,5%
Part Time	48	80,0%	72	60,0%	120	66,7%	132	55,0%
Colaborador	0	0,0%	0	0,0%	6	3,3%	6	2,5%
TOTAL CLAUSTRO	60		120		180		240	

Fuente Dirección Académica de Grado ESIC

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

En el último año se ha contado con 31 profesores para esta titulación. Todos ellos son licenciados o

ingenieros, de los cuales casi el 60% son doctores. Hemos incrementado el número de doctores que están acreditados y otros siguen en proceso. 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**

**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 comience en el 2016-2017

**Código:** 2016.MEMORIA.GRCM.004.

**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.

Se puede ver mayor detalle de la investigación del año 2015/16 en la Memoria de Investigación en:

<https://www.esic.edu/pdf/memoria-de-investigacion-esic-2015-2016.pdf>

**Durante el año académico 2015/16 el claustro de profesores del Grado en Gestión Comercial y Marketing de ESIC ha participado en:**

**Dra. María Guijarro García**

<b>Publicaciones de artículos en revistas de relevancia científica:</b>
1) El valor percibido de los clientes de las agencias de viajes con canal múltiple: un análisis cluster. Papers de Turisme, no. 56, pp. 61-80.
2) Using online consumer loyalty to gain competitive advantage in travel agencies. Journal of Business Research, DOI information: 10.1016/j.jbusres.2015.02.009.
<b>Membrecías en consejos de redacción:</b>
1) Tesis Doctoral de Enoturismo, doctorando M <sup>a</sup> Dolores Cortina, Director Francisco Mas y codirectora María Guijarro
2) Tesis Doctoral de Redes Sociales y Desempeño Organizativo, doctorando Hugo de Juan, Director Daniel Palacios y codirectora María Guijarro.
3) Tesis Doctoral de Crowdsourcing y Desempeño Organizativo, doctorando Javier Guardiola, Director Daniel Palacios y codirectora María Guijarro.
4) Tesis Doctoral estudio sobre Aprendizaje organizativo, innovación y empowerment, doctorando Jose Carlos Ballester. Director Daniel Palacios y codirectora María Guijarro.
5) Tesis Doctoral estudio sobre desempeño, innovación y competencias organizativas de las TI, doctoranda Pilar Pérez Ruiz. Director Daniel Palacios y codirectora María Guijarro.
6) Tesis Doctoral estudio sobre trust culture, innovación en los servicios, visión holística y comportamiento del conocimiento, doctorando Javier Hernández. Director Daniel Palacios y codirectora María Guijarro.
7) Tesis Doctoral estudio sobre Redes sociales y crowdsourcing, doctoranda Elsa Guaita. Director Daniel Palacios y codirectora María Guijarro.
8) Tesis Doctoral estudio sobre innovación, customer power, IT expertise, y transferencia de conocimiento, doctorando Ricardo Moncho. Director Daniel Palacios y codirectora María Guijarro.
<b>Membrecías en comités científicos:</b>
Miembro del Comité Organizador del III Simposio Internacional de Innovación en Marketing Turístico IMAT 2016.
<b>Proyectos de investigación:</b>
1) Marketing integrado en las ONG´S de bajo presupuesto.
2) Marketing Turístico.
3) Proyectos de I+D "EXCELENCIA" y Proyectos de I+D+I "Retos investigación". Dirección General de Investigación Científica y Técnica Subdirección General de Proyectos de Investigación. Estudio y clasificación de las terapias naturales, complementarias y alternativas a través de los medios de comunicación y de las redes sociales. Ideas y valores de transferencia al imaginario social. Investigadora Principal: Carolina Moreno. Integrantes: Yolanda Cabrera, Ramón Camaño, Mavi Corell, María Guijarro, Emilia Lopera, Myriam Martí, Vanessa Roger.
4) <b>Colaboración con instituciones de investigación:</b> Guijarro-García María (Junio 2016). Miembro colaborador del Proyecto de investigación empre-social y IUDESCOOP, instituto Universitario de Investigación en Economía Social, Cooperativismo y Emprendimiento de la Universitat de Valencia.
<b>Proyectos del departamento de investigación de ESIC:</b>
1) Proyecto Ref. 01/12-V. Marketing integrado en las ONG
2) Proyecto Ref. 02/12-V. Marketing turístico.

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

<b>Participación en Congresos, Seminarios y Jornadas científicas (Comunicaciones y ponencias):</b>
<p><b>1)</b> Martí-Sánchez, Myriam; Carrilero-Castillo, Agustín; Roger-Monzó, Vanessa y Guijarro-García, María. I Simposio Internacional de Innovación en Marketing Turístico IMAT 2014 - Valencia (España). Paper: Las agencias de viaje y los e-clientes: una relación posible.</p>
<p><b>2)</b> Martí-Sánchez, Myriam; Roger Monzó, Vanessa; Guijarro-García, María y Naturil-Alonso, Antonio. XXVI Congreso Nacional de Marketing AEMARK – Elche (España), septiembre 2014. Paper: La calidad del servicio online y de su recuperación a través de dispositivos fijos y móviles: una comparación entre los jóvenes españoles y portugueses.</p>
<p><b>3)</b> Roger-Monzó, Vanessa; Martí-Sánchez, Myriam y Guijarro-García, María. EduRe'15 VIRTUAL CONFERENCE - Valencia (España), marzo 2015. Paper: <i>Digital Signage: An Experience of Innovation in Higher Education</i>.</p>
<p><b>4)</b> Roger-Monzó, Vanessa; Martí-Sánchez, Myriam y Guijarro-García, María. Global Innovation and Knowledge Academy GIKA – Valencia (España), julio 2014. Paper: <i>Online consumer loyalty in the quality of the tourism offer 2.0</i>.</p>
<p><b>5)</b> Guijarro M (2016). Empresas sociales y desempeño organizativo. III Jornadas sobre Empresa Social: Empresas sociales y sector público, celebradas en Valencia los días 9 y 10 de junio de 2016, organizado por el Proyecto de investigación empre-social y IUDESCOOP, Instituto Universitario de Investigación en Economía Social, Cooperativismo y Emprendimiento de la Universitat de Valencia.</p>
<b>Actividades de coordinación, gestión y revisión:</b>
<p>Roger Monzó, V.; Guijarro-García, M. XVIII Congreso AECIT Turismo: Liderazgo, Innovación y Emprendimiento – Benidorm (España), noviembre (2014) Coordinación del Grupo de Trabajo “Turismo inducido por el Cine”.</p>
<b>Premios:</b>
<p>Premio al Mejor Trabajo de Investigación en GIKA Annual Conference 2014 - Valencia (España).</p>

**Dra. Myriam Martí Sánchez**

<b>Publicaciones de artículos en revistas de relevancia científica:</b>
<p><b>1)</b> El valor percibido de los clientes de las agencias de viajes con canal múltiple: un análisis cluster. Papers de Turisme, no. 56, pp. 61-80.</p>
<p><b>2)</b> Using online consumer loyalty to gain competitive advantage in travel agencies. Journal of Business Research, DOI information: 10.1016/j.jbusres.2015.02.009.</p>
<b>Publicaciones editoriales:</b>
<b>Membrecías en consejos de redacción:</b>
<p>Miembro del Consejo de Redacción de la Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDRResearch ESIC.</p>
<b>Dirección de tesis doctorales:</b>
<p>1) Autora: Desamparados Cervantes Zacarés. Título: Tratamiento del fenómeno emprendedor en la prensa económica, 2010-2015.</p>

Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)  
Curso Académico 2015/16  
**ESIC Business & Marketing School**

2) Autor: Enrique Planells. Título: La influencia de los think tanks y advocacy tanks sobre la legislación en España.
<b>Proyectos de investigación:</b>
1) Marketing Turístico.
2) Proyectos de I+D “EXCELENCIA” y Proyectos de I+D+I “Retos investigación”. Dirección General de Investigación Científica y Técnica Subdirección General de Proyectos de Investigación. Estudio y clasificación de las terapias naturales, complementarias y alternativas a través de los medios de comunicación y de las redes sociales. Ideas y valores de transferencia al imaginario social. Investigadora Principal: Carolina Moreno. Integrantes: Yolanda Cabrera, Ramón Camaño, Mavi Corell María Guijarro, Emilia Lopera, Myriam Martí, Vanessa Roger.
<b>Proyectos del departamento de investigación de ESIC:</b>
1) Proyecto Ref. 02/12-V. Marketing turístico.
<b>Actividades de coordinación, gestión y revisión:</b>
Miembro del Comité Organizador del III Simposio Internacional de Innovación en Marketing Turístico IMAT 2016.
<b>Participación en Congresos, Seminarios y Jornadas científicas (Comunicaciones y ponencias):</b>
1) Martí-Sánchez, Myriam; Carrilero-Castillo, Agustín; Roger-Monzó, Vanessa y Guijarro-García, María. I Simposio Internacional de Innovación en Marketing Turístico IMAT 2014 - Valencia (España). Paper: Las agencias de viaje y los e-clientes: una relación posible.
2) Martí-Sánchez, Myriam; Roger Monzó, Vanessa; Guijarro-García, María y Naturil-Alonso, Antonio. XXVI Congreso Nacional de Marketing AEMARK – Elche (España), septiembre 2014. Paper: La calidad del servicio online y de su recuperación a través de dispositivos fijos y móviles: una comparación entre los jóvenes españoles y portugueses.
3) Roger-Monzó, Vanessa; Martí-Sánchez, Myriam y Guijarro-García, María. EduRe'15 VIRTUAL CONFERENCE - Valencia (España), marzo 2015. Paper: <i>Digital Signage: An Experience of Innovation in Higher Education</i> .
4) Roger-Monzó, Vanessa; Martí-Sánchez, Myriam y Guijarro-García, María. Global Innovation and Knowledge Academy GIKA – Valencia (España), julio 2014. Paper: Online consumer loyalty in the quality of the tourism offer 2.0.
<b>Premios:</b>
Premio al Mejor Trabajo de Investigación en GIKA Annual Conference 2014 - Valencia (España).

**Dr. Marcos Pascual Soler**

<b>Publicaciones de artículos en revistas de relevancia científica:</b>
1) Etiology of homosexuality and attitudes toward same-sex parenting: Results from a randomized study. <i>Journal of Sex Research</i> , 52(2), 151-161

Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)  
Curso Académico 2015/16  
**ESIC Business & Marketing School**

<p><b>2) Interpretation of the p value: a national survey study in academic psychologists from Spain.</b> Psicothema, 27(3). doi: 10.7334/psicothema2014.283</p>
<b>Publicaciones editoriales:</b>
<p><b>1) Frías-Navarro, D., Monterde-i-Bort, H., Pascual-Soler, M., Badenes-Ribera, L., &amp; Pascual-Mengual, J. (2014). Open Course Ware (OCW) en las universidades españolas. Valencia: Palmero Ediciones</b></p>
<p><b>2) Frías-Navarro, D., Pascual-Soler, M., Badenes-Ribera, L., &amp; Monterde-i-Bort, H. (2014). Reforma estadística en Psicología. Palmero Ediciones</b></p>
<b>Participación en Congresos, Seminarios y Jornadas científicas (Comunicaciones y ponencias):</b>
<p><b>1) Frías-Navarro, D., Monterde-i-Bort, H., Pascual-Soler, M., Badenes-Ribera, L., &amp; Pascual-Llobell, J. (2014). Improvement in statistical practice: results from a Spanish survey (N=744). VI European Congress of Methodology. Universiteit Utrecht. The Netherlands July 23-25.</b></p>
<p><b>2) Frías-Navarro, D., Badenes-Ribera, L., Pascual-Soler, M., Monterde-i-Bort, H., &amp; Gomez-Frías, R. (2014). Estilos de aprendizaje de los estudiantes y el uso de los materiales de educación en abierto: análisis del tamaño del efecto.</b></p>
<p><b>3) Badenes-Ribera, L., Pascual-Soler, M., Gomez-Frías, R., Monterde-i-Bort, H. &amp; Frías-Navarro, D., (2014). Impacto de la reforma estadística en los docentes de Psicología y de Educación: tamaño del efecto y de la muestra.</b></p>
<p><b>4) Badenes-Ribera, L., Frías-Navarro, D., Pascual-Soler, M., Monterde-i-Bort, H., &amp; Molina-Palomero, O. (2015). Necesidad de re-educación estadística en profesores universitarios: errores de interpretación valores p y tamaño del efecto. XIII Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria. Nuevas estrategias organizativas y metodológicas en la formación universitaria para responder a la necesidad de adaptación y cambio. Universidad de Alicante. Vicerrectorado de Estudios, Formación y Calidad. Universidad de Alicante. Instituto de Ciencias de la Educación.</b></p>

**Dra. Mabel Pisá Bó**

<b>Proyectos del departamento de investigación de ESIC:</b>
<p><b>1) Proyecto Ref. 02/12-V. Marketing turístico.</b></p>
<p><b>2) Área: Finanzas, Investigación de mercados, Economía, Marketing, Administración de empresas, Humanidades. Línea de investigación: Innovación docente.</b></p>
<b>Publicaciones de artículos en revistas de relevancia científica:</b>
<p><b>1) Pisá, M.I., Sánchez, R. (2013). Work incentives and productivity in Spain. Prague económico papers, 25 (1), 99-111. ISSN 1210-0455 calidad impacto ,7; calidad posición 241/333; área economía, base Jr. año 2016.</b></p>
<p><b>2) Pisá, M.I., Sánchez, R. (2016).The Technical Efficiency of Spanish Manufacturing Firms: A Nonparametric Analysis; American International Journal of Contemporary Research 6(2); ISSN 2162-139X (Print), ISSN 2162-142X (Online); Manuscript ID: A-12443.</b></p>

Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)  
Curso Académico 2015/16  
**ESIC Business & Marketing School**

**Dr. Juan Puchalt Sanchis**

<b>Otras actividades de investigación (Actividades de formación):</b>
Jornada sobre "Ferias Comerciales" en 12ª edición del Máster en Marketing y Comunicación, de la Cámara de Comercio de Valencia y de la Universidad de Valencia (28-3-2015).
<b>Actividades de coordinación, gestión y revisión:</b> Puchalt Sanchis, Juan. Participación en el X Congreso de Ferias Españolas, el 14 y 15 de octubre de 2015, en Valladolid, organizado por la Asociación de Ferias Españolas.

**Dra. Cristina Santos Rojo**

<b>Proyectos del departamento de investigación de ESIC:</b>
Área Finanzas, Investigación de mercados, Economía, Marketing, Administración de empresas, Humanidades. Línea de investigación: Innovación docente.
<b>Comunicaciones y ponencias:</b> Congreso iberoamericano de derecho laboral 12, 13 y 14 de abril 2016. 1a ponencia: El sindicalismo y la negociación colectiva 2a ponencia: La extinción del contrato de trabajo. o III simposio internacional IMAT 2016. Ponencia: Relaciones laborales y plataformas digitales.

**Dra. Esperanza Suárez Ruz**

<b>Publicaciones de artículos en revistas de relevancia científica:</b>
<b>1)</b> ¿Se mide el retorno de la inversión en las políticas de Recursos Humanos? Un análisis en España. Innovar, Journal of Administrative and Social Sciences. Pendiente de publicación.
<b>2)</b> REPSOL YPF: An "illegal" expropriation. Journal of Business Research. 68(2):255-262
<b>Membrecías en comités científicos:</b>
Miembro de Academy of Management
<b>Proyectos de investigación:</b>
Proyecto de investigación: Social and Environmental Sustainability in Ibero-American Countries. Grupo de investigación formado por 31 personas de 12 países diferentes (Latinoamerica+Portugal), con vocación de continuidad tras el encuentro en el anual Meeting AOM 8Academy of Management en Boston.
<b>Participación en Congresos, Seminarios y Jornadas científicas (Comunicaciones y ponencias):</b>
<b>1)</b> EURAM (European Academy of Management) Valencia (2014). Paper/Comunicación presentada: Suárez, E; Perelló,S; Susaeta, L; Pin, J.R. Social media policies: an exploratory study within Ibox 35 Spanish Companies. ISBN No: 978-84-697-0377-9.

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

<p><b>2)</b> EDI conference (Equality Diversity Inclusion 2014 Conference). Munich (Alemania). Paper: "Youth labor market exclusion: a comparative study on youth in Spain, México and Colombia". Premio al mejor paper de nuestro track</p>
<p><b>3)</b> Academy of Management (AOM). Philadelphia (EEUU). (2014). 74th annual meeting academy of management. philadelphia (EEUU). The power of words.</p>
<p><b>4)</b> 2014 Symposium: Is the Iberoamerican HR system prepared for a management revolution? A large Scale survey. Paper presentado: Suarez, E; Apascaritei, P, Susaeta, L Pin, J.R; "Talent Mangement in Iberoamerican Countries"</p>
<p><b>5)</b> Academy of Management (AOM). Philadelphia (EEUU). (2014). Professional development workshop (pdw) the internationalization of corporate social responsibility. Participación en una mesa</p>
<p><b>6)</b> ICBM International Conference on Business Management. Valencia. Julio 2015. Paper: Suarez, E; Perello, R; Susaeta, L. Corporate Social Responsibility as a tool for Social Innovation. Pendiente de presentación.</p>
<p><b>7)</b> 75th annual meeting academy of management (aom) (2015). Paper aceptado, pero pendiente de presentación. Vancouver (Canadá). Paper: Suarez, E et al (2015). CSR: does it Foster inclusión and diversity? An exploratory study in the Iberoamerican Countries.</p>
<p><b>Conferencias:</b></p>
<p><b>1)</b> Miembro de AOM (Academy of Management) desde diciembre de 2011.</p>
<p><b>2)</b> Colaboraciones esporádicas con el Centro de Investigación CIEGS (Centro de Investigación en Economía y Gestión de la Salud) perteneciente a la UPV (Universidad Politécnica de Valencia).</p>
<p><b>3)</b> Investigadora Red IBEHRNET. (Integrada por universidades Españolas e Iberoamericanas para promover la investigación en el campo de los Recursos Humanos).</p>

### Análisis de Datos y Conclusiones:

ESIC es una Escuela de Negocios cercana a la empresa. Éste es un elemento diferenciador frente a muchas Universidades. Además, como centro de investigación académica es el lugar idóneo para que funcione la retroalimentación entre conocimiento generado y aplicado.

Desde el departamento de investigación se propone la integración del trinomio (sociedad\_universidad\_empresa) por varios motivos, entre otros, porque la universidad debe priorizar la generación de conocimiento; porque este conocimiento es un resultado elaborado de experiencias anteriores, teorías de expertos, conclusiones y sinergias de trabajos interuniversitarios nacionales e internacionales que pueden contribuir al avance, etc. Pero para poder conseguir esta integración es necesario que como centro adscrito a la Universidad (como investigadores) estemos cerca de la empresa y de la sociedad, trabajando con ella, formando a sus futuros capitales humanos.

La misión del departamento de investigación es facilitar y apoyar a los profesores en su actividad investigadora, con el objetivo de mejorar individual e institucionalmente, tanto en los resultados propios de la investigación como en los procesos docentes.

El claustro docente de ESIC está formado por docentes-investigadores, conocedores de proyectos europeos, profesionales y empresarios con perfiles interdisciplinares que se complementan.

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

Durante el curso académico 2015-2016, los profesores que integran el Grado de Gestión Comercial y Marketing han llevado a cabo una actividad investigadora entre la que cabe destacar: Codirección de tesis doctorales a docentes y alumnos de ESIC, actuación como revisores ciegos de revistas de impacto, participación en el proceso DOCENTIA, asistencias a congresos nacionales e internacionales de diferentes áreas de conocimiento, participantes en proyectos de I+D+i con otras universidades, colaboración en el comité de organización y en el comité científico del III Simposio Internacional IMAT, publicación de artículos en revistas de impacto indexadas en LATINDEX, IN-RECS, JCR, SCOPUS..., firma de un convenio de colaboración entre MASTER TOUR, cluster de empresas turísticas y ESIC para el desarrollo de investigación en materia de marketing turístico e inteligencia competitiva en empresas del sector atendiendo a la norma de AENOR: 166000 de Gestión de I+D+I y vigilancia tecnológica, además de 4 profesores realizando sus tesis doctorales.

#### **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:** Cumplimiento de ratios indicado por las agencias acreditadoras.

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

**Tiempo Realización:** Dada visión temporal amplia de esta medida, se prevé que su implementación comience en el 2016-2017 hasta 2019-20.

**Código:** 2016.MEMORIA.GRCM.005

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

### 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 Docentes (2014/15 y 2015/16)
  - 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 (Salamanca)
      - Departamento de Informática y Nuevas Tecnologías (Pozuelo)
      - Departamento de Investigación de Mercados y Métodos Cuantitativos (Pozuelo)
      - Departamento de Investigación (Pozuelo). Sesiones específicas en Diciembre 2015
  - 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
  - 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.

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

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

Datos Globales ESIC	Convocatoria 2014 <sup>1</sup>		Convocatoria 2015	
	Número de profesores	Porcentaje	Número de profesores	Porcentaje
EXCELENTE	3	7,3%	13	32%

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

NOTABLE	34	83%	21	51%
BIEN	3	7,3%	6	15%
ADECUADO	1	2,43%		
MEJORABLE			1	2%
MUY MEJORABLE				
<b>Total</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>	<b>41</b>	<b>100%</b>

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

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

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

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

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**

En el curso 15/16 no hubo ningún profesor del título que haya participado en programas de movilidad para docentes.

En cualquier caso 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 14/15 los alumnos del presente grado tenían asignadas las siguientes aulas (al margen de las de informática):

Primer Curso	Aula 12 (mañanas)
Segundo Curso	Aula 17 (mañanas)
Tercer Curso	Aula 13 (tardes)
Cuarto Curso	Aula 14 (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 recibía una encuesta a través del Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCOR) recogiendo la opinión de los Trabajadores de ESIC. Este año se diseñó e implementó una encuesta dirigida a los Profesores que imparten clases en este título y al Personal no Docente.

Los cambios relacionados con el Personal Directivo decididos en la finalización del curso 2015/2016 fueron:

En este curso 2015/2016, ESIC ha realizado una encuesta con el objeto de conocer y valorar la opinión de los Trabajadores de ESIC. Se ha estudiado en función de la importancia y satisfacción para el empleado teniendo, en cuenta las diferentes categorías profesionales.

Los resultados de este estudio pueden verse en el apartado 7.8.4 del presente Informe.

Los cambios relacionados con el Personal Directivo decididos en el curso académico 2015/2016 fueron:

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

- D<sup>a</sup> Cristina Marín, con fecha a 1 de septiembre, asume la Dirección del Departamento de Informática y Nuevas Tecnologías en sustitución de D. Francisco Llamazares por jubilación parcial.
- Con fecha a 1 de septiembre también, D. Manuel Cantero sustituye a D. Daniel del Castillo como Coordinador Nacional.
- D. Javier Zúñiga deja la Dirección del Departamento Académico de Economía, manteniendo su carga docente y haciéndose cargo de la Coordinación de ERASMUS de GRADE, GRMK y TSDCM. El Departamento se integra junto con el Departamento de Finanzas, pasando a denominarse Departamento Académico de Economía y Finanzas, con D. Javier Oñaderra como Director del Departamento.
- Con fecha a 1 de diciembre, D<sup>a</sup>. Leticia de Aymerich sustituye a D. Manuel Cantero en su responsabilidad de Unidad Técnica de Seguimiento y Renovación de Títulos.
- A partir del 1 de enero de 2016, debido al nombramiento de D. Manuel Cantero como Director de Admisiones de Grado de ESIC Madrid, D<sup>a</sup> Maruchy de Obesso asume la Coordinación Nacional de Grado, manteniendo su responsabilidad de Responsable de Diseño, Seguimiento y Renovación de Títulos. Como consecuencia de esto, deja la labor de Calidad de Grado.
- Debido al nombramiento de D<sup>a</sup>. María Baldonado como máxima Responsable de ESIC Idiomas, desde el 1 de enero, deja sus responsabilidades de Directora del Departamento Académico de Idiomas, haciéndose cargo D<sup>a</sup>. Tina Godhwani.
- Desde marzo de 2016, D<sup>a</sup>. Leticia de Aymerich, asume las funciones de Calidad de Grado, manteniendo también sus responsabilidades de Unidad Técnica de Seguimiento y Renovación de Títulos del Área de Grado.
- El 1 de abril de 2016, debido a las nuevas responsabilidades como Director General a partir del 1 de julio de D. Eduardo Gómez, el Departamento de Humanidades pasa a ser dirigido por D<sup>a</sup>. Esther Valbuena. Se incorporan, al Departamento, las asignaturas de Derecho no relacionadas directamente con el entorno empresarial.
- Finalmente el 1 de julio, por petición propia, D. Ángel Luis Cervera renuncia a la dirección del Departamento de Publicidad, integrándose éste con el de Comunicación, bajo la denominación de Departamento Académico de Comunicación y Publicidad, siendo dirigido por D. Julio Alard.
- También con fecha 1 de julio, D. José María Cubillo deja la dirección del Departamento Académico Dirección de Marketing, sustituyéndole D. Pablo López Tenorio.
  
- Pilar Galea asume la Coordinación de ESIC-Idiomas en Valencia en sustitución de María Bell.
- Se incorpora la figura de Responsable de Grado para el soporte de Moodle, asumiendo sus funciones Vanessa Roger.

## 6 MEMORIA DE ACTIVIDADES

### 6.1 Actividades desarrolladas

Mejora de Portfolio de Productos

- Implantación del Grado Oficial International Business (Valencia).
  - Adecuados resultados en 2º curso
- Autorización ANECA del Grado Oficial en Digital Business (Pozuelo)
  - Memorial final oficial Diciembre 2015
  - Revisión conjunta con ANECA / Madri+d / URJC / ESIC
  - Informe final favorable mayo 2016
  - Puesta en marcha comercialización, con resultados muy favorables
- Consecución Centro Adscrito USJ y Autorización ANECA del Grado Oficial en Marketing (Zaragoza)
  - Memoria Oficial Octubre 2015
  - Firma convenio de Adscripción Enero 2016
  - Informe favorable ANECA mayo 2016
  - 6 reuniones de Coordinación con la USJ
  - Reunión con profesorado del Grado en julio 2016
- Consecución Centro Adscrito URV y Autorización Bachelor en Marketing URV/ESIC
  - Autorización y Firma Centro Vinculado, abril y mayo respectivamente
  - Autorización Centro Adscrito, julio 2016
  - Preparación Memoria Título Oficial en Marketing julio/agosto 2016
  - 3 reuniones de Coordinación URV/ESIC

Seguimiento de Títulos.

- Modelo de Gestión
  - Áreas de Conocimiento (Departamentos Académicos) y Titulaciones (Comisiones de Titulación)
  - Departamentos Académicos
    - Ámbito Nacional
    - Contenidos
    - Gestión del Profesorado
    - Metodologías Docentes
  - Comisiones de Titulación
    - Ámbito Campus
    - Seguimiento Memoria Oficial
    - Renovación Títulos
    - Planes de Mejora
  - Reuniones semanales para el Seguimiento y Renovación de Títulos

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

- Auditorías de Seguimiento
  - Elaboración Guías por Grupos de Interés
  - Generación de Evidencias
  - Coordinación Vertical y Horizontal
  - Auditorías Internas
  - Gestión Documental
  - Auditorías Reacreditación Pozuelo
    - Reuniones con URJC
    - Fases de Auditoría del Título
  - Auditorías Reacreditación Valencia
    - Informes Favorables de los 2 Títulos que han pasado el proceso de Renovación
- Comisiones de Titulación
  - 4 Comisiones en Madrid y 5 en Valencia
  - Memorias de Seguimiento (URJC) e Informes Anuales de Titulación 2014/15
  - Revisión Web, por Titulación
  - Celebradas 3 reuniones de Comisión
  - Nuevo modifica para el Grado Oficial en Publicidad y Relaciones Públicas
- Prácticas Externas
  - Mayor número de tutores académicos declarados
  - Nombramiento de Tutores Académico por Titulación
  - Actualización del Reglamento y Guía Docente
  - Reunión Anual con Tutores
- Trabajo Fin de Grado
  - Actualización de Fichas por Titulación
  - Reunión Anual con Tutores
  - Seminarios Metodológicos
  - Procedimiento para archivo y custodia de TFG's
- Cualificación Académica del Profesorado
  - Actualización de CV
  - Mejora en los Ratios de Doctores por Titulación
  - Incremento de la base de profesores en inglés

#### Mejorar la Empleabilidad de los Egresados/as

- Seminarios específicos sobre Orientación Profesional y Personal
  - MEET 2016

#### Otros cursos y seminarios

- Cursos de contabilidad informatizada (Contaplus y Facturaplus).
- Creación de un Foro de Debate sobre temas sociales y éticos.
- Operación Kilo: propuestas creativas para la campaña interna de ESIC.
- The Garden: aula creativa con propuestas por parte de los alumnos de Grado.

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

- Seminario de Marketing Personal que busca trabajar las habilidades y técnicas requeridas para la salida al mercado laboral.
- Seminario de Marketing Deportivo.
- Socialmads: II taller de estrategias de redes sociales con concurso y posibilidades de prácticas en agencias.
  
- Seguimiento de 1º y 2º curso
  - Visitas periódicas
  - Seguimiento a través de Tutores
  - Curso "02 y de refuerzo
  - Generación de hábitos de estudio
- Especial atención alumnos/as de último curso
  - Mejora en el enfoque de asignaturas
  - Tutores Académicos
- Mejora del Rendimientos de asignaturas por del 65%
  - A través de las Comisiones, Directores de Departamento
  - Actualización contenidos
  - Coordinación Profesorado
  - Intercambio de buenas prácticas
- Fomento y Apoyo
  - Másteres de especialización
  - Títulos Oficiales de Idiomas
  - Cursos de Inglés
  - Emprendimiento: Hub específicos para alumnos/as (Talleres)
- 4ª Edición Premios Excelencia
- Participación en Concursos y Premios
  - CAREM
  - ESIC CREA
  - MKT Predator (Redes Sociales)
  - Mejor TFG Iniciativa Emprendedora
  - Creación de Empresas
  
- Aula Multimedia
  - Cursos para el alumnado
  - Prácticas de alumnos/as
  - Trabajos profesionales

#### Sentido de Pertenencia del Profesorado

- Reuniones informativas
  - Claustros
  - Profesores Departamentos

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

- Profesores para Seguimiento y Renovación de Títulos
- Tutores (TFG, Prácticas Externas, de Grupo)
- Comida con la Dirección General para nuevos profesores
- Cursos de verano/Jornadas Departamentales
- Mejora Coordinación Académica Intercampus e Intracampus
  - Claustros
  - Visitas Direcciones de Departamento
  - Coordinadores Académicos (mejores prácticas)
- Apoyos para la mejora de la Cualificación Académica
- Planes de Formación
  - Programa específico de inglés. Profesorado y Personal de Gestión
  - Cursos de verano y Jornadas Departamentales
  - Cursos específicos para Tutores
  - Seminarios para favorecer la investigación

#### Evaluación del Desempeño

- Implantado nuevo sistema de encuestas sobre la Valoración Docente
- Resultados positivos

#### Otras Actividades

##### Internacional

- Reuniones de Coordinación con Dirección del Área
- Reuniones de Coordinación con Dirección de Desarrollo Internacional
- Reuniones de Coordinación con Dirección de China y Oficina Internacional
- Definición de Política a seguir "Learning Agreements" en coordinación Erasmus/Munde/Horizon
- Movilidad del Profesorado
  - Out: 7 profesores
  - In: 2 profesores
- Cursos de verano
- Sensibilización al profesorado sobre la exigencia internacional en las aulas de ESIC

##### Calidad.

- Nombramiento Responsable Calidad de Grado
- Revisión y análisis de los Objetivos Académicos 2014/15
- Definición y Seguimiento Objetivos Académicos 2015/16
- Puesta en marcha Planes de Mejora Docente 2015
- Docencia 2016
  - 34 profesores de Pozuelo y 12 de Valencia
  - Formación previa para profesorado y Directores de Departamento
  - Fase final de proceso
- Plan de mejoras derivadas Auditoría AUDIT

#### Actividades Recurrentes

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

- Participación en reuniones habituales de:
  - Comité de Dirección
  - Comité Ejecutivo
  - Consejo Académico
  - Comité de Calidad
  - Comité de Investigación
  - Comité de Emprendedores
- Participación en la elaboración de la Guía Académica 2016/17
- Claustro de Profesores e Inauguración de Cursos por Campus
- Reuniones mensuales del Comité Académico de Grado, con asistencia rotatoria los Responsables Académicos de Campus
- Reuniones profesorado por Departamentos. Dos al año
- Reuniones con Delegados. Dos al año
- Reuniones con Tutores. Tres al año
- Visitas a Campus
- Programación Académica
- Cursos de refuerzo entre convocatorias
- Moodle Grado
  - 2015/16 Implantación Madrid y Valencia. Barcelona 2º semestre
  - 2016/17 Extensión a todos los Campus (formación específica)

#### Actividades Singulares

- Igual que en años anteriores, solo se contemplan las más relevantes que no se hayan citado en los apartados anteriores, excluyendo aquellas que se engloban y recogen en la Memoria de Investigación, elaborada por la Dirección del Departamento de Investigación (Artículos, Casos; Congresos, Libros, ...).
- En términos generales, tan sólo se cita la actividad sin reflejar el departamento que la ha realizado.
- Las actividades singulares las definimos como aquellas realizadas con cierto enfoque externo.

#### Actividades Externas

- “Mesías”: Inteligencia de Marca España, a iniciativa del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación. Con la Dirección y Coordinación del Director del Dpto. de Dirección de Marketing. 10 Directores de Célula y más de 120 personas implicadas (bastantes de ellos del Área Académica de Grado).
- III Symposium Internacional IMAT 2016 “Innovación en Marketing Turístico” organizado por ESIC Valencia (Junio 2016). 260 inscritos y 210 asistentes.
- Participación en “Hoy es Marketing”.
- Dirección Técnica en los procesos de Acreditación y Evaluación del personal de CAJAMAR. Dos ediciones durante el año (once ciudades, más de 1000 participantes).
- Revistas Científicas de ESIC:

Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)  
Curso Académico 2015/16  
**ESIC Business & Marketing School**

- Editor en ESIC Market.
- Dos nuevos números (13 y 14) editados en aDResearch ESIC.
- 2ª edición INNOCHALLENGE (Navarra). Con la Universidad de Navarra y Universidad de Mondragón.

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

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

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

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

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

### 7.1 Procedimientos (Mapa de Procesos)

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

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

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

### Análisis de Datos y Conclusiones

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

### Propuestas de mejora al Indicador

No procede

## 7.2 Políticas/Procedimientos/Manuales

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

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

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

### Nuevas Ediciones:

3.50.10 Prácticas (Orientación Profesional) Ed.5

Política de Firmas para el Personal Docente Ed.1

Política de Firmas Personal No Docente Ed.3

Manual de RRHH de Valencia Ed.2

### Análisis de Datos y Conclusiones

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

### Propuestas de Mejoras al Indicador

No procede

### 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:

<http://www.esic.edu/pdf/comisiones-titulacion-esic-valencia-grado-15-16.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: 26/11/15. 10.00 – 11:00

Primera reunión de la Comisión de Titulación del Área de Grado en Gestión Comercial y Marketing del curso 2015-2016

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

Coordinador: D. Vicente Fuerte (Director Académico del Área de Grado Campus Valencia y profesor de la Titulación)

Profesora 1: D<sup>a</sup> Mabel Pisá (Profesora de la Titulación)

Profesora 2: D<sup>a</sup> María Guijarro (Profesora de la Titulación)

Personal de Gestión: D<sup>a</sup>. Carmen López (Secretaria)

Delegado: D<sup>a</sup> Sol Bru (delegada de 3er curso)

Subdelegado: D<sup>a</sup> Alba Botella (subdelegada de 3º curso)

Excusan su asistencia: D<sup>a</sup> Alba Botella (subdelegada de 3º curso), y D. Rafael Pinazo (profesor de la Universidad de Valencia)

#### 1. REVISION DEL ACTA ANTERIOR Y RESOLUCIÓN DE TEMAS PENDIENTES

Lectura del acta anterior.

#### 2. TEMAS A TRATAR

Análisis de los datos disponibles del Informe de Titulación del Grado en Gestión Comercial y Marketing del curso 2014-2015 e identificación de mejoras del informe anterior.

Se traslada a la comisión el estado de la elaboración del informe y se recuerda la importancia y utilidad del mismo.

El coordinador de la comisión indica que la nota de acceso a la titulación va aumentando año tras año. Se informa sobre el perfil de ingreso del alumnado, la tasa de oferta y demanda, y el estado del resto de puntos del documento.

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

De manera particular se trata de manera más detallada los siguientes aspectos: se indica que es necesario, y responsabilidad del director de la comisión mantener actualizado el plan de estudios del título en la web.

Al mismo tiempo se informa que para el cálculo de la tasa de abandono de la titulación se sigue el criterio definido por ANECA.

También se destaca la importancia del punto 3.2 del informe de la titulación donde se describen las mejoras introducidas. Se comparte con la comisión la idea prioritaria de evidenciar en mayor medida todo lo relacionado con las ideas y mejoras que se llevan a cabo alrededor de este grado. En este sentido se recuerda la existencia del "informe de acciones de mejora de la calidad educativa" y el "informe de seguimiento de la eficacia acciones de mejora", donde se detallan cuestiones relacionadas con este tipo de asuntos.

En cuanto a la movilidad de los estudiantes, se indica que durante el curso salieron 3 personas pero cada vez se reciben más alumnos de otros países, y que se van firmando cada curso más acuerdos, pasando de 7 en el curso anterior a 11 en el curso actual.

Sobre el claustro, se revisan de manera general su composición (número de doctores, doctores acreditados, con dedicación a tiempo completo, etc.) y se informa a nivel general de los resultados obtenidos en Docencia.

#### Comentarios y sugerencias

La alumna presente en la comisión apunta las siguientes cuestiones:

La idea de ampliar la presencia del "alumno-mentor". concretamente indica que sería adecuado que estos alumnos se reunieran con los alumnos del primer curso para aportar orientación sobre cómo abordar el período de exámenes. De la misma forma cree oportuno que se estudie la posibilidad de ampliar la figura del alumno-mentor para 2º y 3er curso.

En relación a los Premios Excelencia, se opina que se deberían difundir en mayor medida (tanto alumnos como a profesores) el resultado de cada modalidad para que tenga mayor repercusión y notoriedad.

Se pide que se gestione un posible solapamiento entre las asignaturas de Dirección Estratégica y Marketing Estratégico.

La director de la comisión adquiere el compromiso de gestionar estos temas e informar sobre ellos en la próxima reunión.

## Acta 2

---

Fecha: 14/03/16. 10.00 – 11:00

Segunda reunión de la Comisión de Titulación del Área de Grado en Gestión Comercial y Marketing del curso 2015-2016

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

Coordinador: D. Vicente Fuerte (Director Académico del Área de Grado Campus Valencia y profesor de la Titulación)

Profesora 1: D<sup>a</sup> Mabel Pisá (Profesora de la Titulación)

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

Personal de Gestión: D<sup>a</sup>. Carmen López (Secretaria)  
Delegada: D<sup>a</sup> Sol Bru (delegada de 2º curso).  
Subdelegada: D<sup>a</sup> Alba Botella (subdelegada de 2º curso)  
Personal de Gestión: D<sup>a</sup> Carmen López (Secretaría).  
Experto Externo: D. Rafael Pinazo de la Universidad de Valencia)  
Excusaron su asistencia: D<sup>a</sup> María Guijarro (Profesora de la Titulación)

## 1. REVISION DEL ACTA ANTERIOR Y RESOLUCIÓN DE TEMAS PENDIENTES

Lectura del acta anterior.

## 2. TEMAS A TRATAR

### Seguimiento del título

Se revisa brevemente el proceso de seguimiento de una titulación y así como los resultados obtenidos en el grado que nos ocupa. Se informa que los resultados obtenidos son positivos, siendo necesario seguir trabajando para mejorar la tasa de oferta-demanda. En este sentido se destaca que ya se está reforzando la labor comercial y de promoción del grado.

### Mejoras identificadas

En este punto de la reunión aporta feed-back sobre el estado de las líneas de mejora identificadas en el curso 2013/14:

PDI. Se sigue trabajando en la mejora del claustro. Hay profesores que ya han conseguido la acreditación y otros están en proceso.

Adecuación del claustro de 1er curso. Se recuerda que se trabajó con este grupo de profesores para reconducir la situación y mejorar la metodología docente.

Tasas de rendimiento. Para las asignaturas con tasas de rendimiento inferiores al 65% se plantearon acciones pero la respuesta del alumnado no fue la esperada (especialmente en los cursos de pre-requisitos de Contabilidad).

Labor comercial. Se han incrementado las acciones de promoción del título y del centro de Valencia al objeto de aumentar su notoriedad y atraer a un mayor número de alumnos.

Guía Docente. Se recuerda que está implantada la 5ª edición de las guías docentes y que se debería hacer más uso de este documento por parte de los alumnos (especialmente en lo referente a los resultados de aprendizaje).

Actividades Extra-académicas. Se han incrementado este tipo de actividades (visitas a empresas y charlas de profesionales en el aula)

Evidenciar sugerencias. Sigue siendo necesario evidenciar a través del buzón (físico o virtual) o a través del documento Expone-Solicita las sugerencias, quejas y felicitaciones. De hecho se producen muchas incidencias que no quedan reflejadas en ningún sitio porque se hacen verbalmente.

Paralelamente se informa que desde la dirección de grado se sigue trabajando en esta misma línea.

Aumentar la participación del alumnado a la hora de evaluar al profesorado. Se seguirá acompañando a los alumnos al aula de informática para la realización de este tipo de evaluaciones y señalando su

importancia a la hora de diagnosticar líneas de mejora. También se hace necesario también aumentar el grado de participación en encuestas del personal no docente.

#### Análisis de datos disponibles

Se traslada a la comisión la información disponible sobre matriculaciones, notas de acceso, reconocimiento de crédito, etc. También se informa sobre la composición del claustro actual de la titulación (licenciados, doctores, y doctores acreditados) al igual que el número de créditos impartidos por profesores doctores.

Sobre el informe de titulación se señala que aunque es complicado y laborioso de confeccionar, se valora por los agentes externos y se pone como ejemplo de transparencia. Lo que debe servir como motivación para seguir trabajando en esta línea.

#### Sugerencias y otras aportaciones

Desde Secretaría se señala que se acuda cuando se detecten problemas con la plataforma para ir resolviendolos sin demora.

Desde la dirección de la comisión se propone un cambio en el experto externo para el próximo curso. Concretamente se propone al D. Agustín Beamud (Director del Club de Marketing del Mediterraneo).

Los alumnos transmiten inquietudes relacionadas la próxima finalización de estudios y su posterior incorporación al mercado laboral. Se les informa que todavía no se dispone de información relacionada con egresados ya que la primera promoción del título finaliza durante el presente curso. No obstante, se indica que como referencia pueden consultar los informes sobre egresados de los grados de Comunicación y RRPP y ADE

### **Acta 3**

---

Fecha: 09/06/16. 12.30 – 13:30

Tercera reunión de la Comisión de Titulación del Área de Grado en Gestión Comercial y Marketing del curso 2015-2016

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

Coordinador: D. Vicente Fuerte (Director Académico del Área de Grado Campus Valencia y profesor de la Titulación)

Profesora 1: D<sup>a</sup> Mabel Pisá (Profesora de la Titulación)

Profesor 2: D<sup>a</sup> María Guijarro (Profesora de la Titulación)

Personal de Gestión: D<sup>a</sup>. Carmen López (Secretaria)

Delegada: D<sup>a</sup> Sol Bru (delegada de 2º curso).

Subdelegada: D<sup>a</sup> Alba Botella (subdelegada de 2º curso)

Personal de Gestión: D<sup>a</sup> Carmen López (Secretaría).

Experto Externo: D. Rafael Pinazo de la Universidad de Valencia)

#### **1. REVISION DEL ACTA ANTERIOR Y RESOLUCIÓN DE TEMAS PENDIENTES**

Lectura del acta anterior.

## 2. TEMAS A TRATAR

Análisis de los datos disponibles del Informe de Titulación del curso 2015/16

Se han presentado y analizado los datos disponibles del Informe de Titulación del curso 2015/16. Se traslada a la comisión la información disponible sobre matriculaciones, notas de acceso, reconocimiento de créditos, etc. También se informa sobre la composición del claustro actual de la titulación (licenciados, doctores, y doctores acreditados) al igual que el número de créditos impartidos por profesores doctores.

Sobre el informe de titulación se señala que aunque es complicado y laborioso de confeccionar, se valora por los agentes externos y se pone como ejemplo de transparencia. Lo que debe servir como motivación para seguir trabajando en esta línea.

Sugerencias y otras aportaciones

Se señala la necesidad de que todos los miembros de la comisión participen aportando sus propuestas particulares para la mejora del informe anual de la titulación.

En el tema de prácticas se demanda que se estudie la posibilidad de aumentar la información sobre su funcionamiento en 3er curso de manera que los alumnos esté más informados.

## 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: 14/04/2015

Miembros del Equipo de Mejora (Nombre y Puesto)

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:

Rafael Pinazo

Ignacio Bellón

Myriam Martí

María Guijarro

Enrique Planells

Excusaron su asistencia: Cristina Santos y Emilio Llopis

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 – 56,1%
- 2.- Índice de tutorías de acogida (sólo primer curso) – 48,2%
- 3.- Índice de tutorías de seguimiento de faltas – 64,3%
- 4.- Índice de tutorías de seguimiento de suspensos – 62,5%

### 7.4.2 Delegados

Acta 1

Fecha: 12/11/14

---

Miembros del Equipo de Mejora

- El Director del ESIC Valencia: Ismael Olea.
- El Secretario General de ESIC Valencia: Jesús Valdezate
- El Director del Área de Grado: Vicente Fuerte.
- Los Coordinadores del Área de Grado: Myriam Martí y Marcos Pascual.
- Los delegados y subdelegados de los siguientes cursos:
  - 1º GRCM: Alfredo Prieto y Ana Gallardo.
  - 2º GRCM: Sol Bru y Alba Botella.
  - 3º GRCM: Celia Sánchez y Santiago Criado

Desarrollo de la Reunión:

1. Bienvenida y presentación.

El director de ESIC da la bienvenida a los asistentes y les invita a plantear sus comentarios, quejas y sugerencias con total libertad pero siempre desde el respeto. Cede la palabra a Vicente Fuerte.

El director del Área de Grado recuerda el objetivo básico de la reunión e invita a los delegados/as a ser más proactivos y no esperar hasta la fecha para llevar a cabo sugerencias o evidencias problemas.

Antes de darles la palabra les informa de una errata en la planificación de los exámenes por las horas: son a las 16,30.

2. Temas planteados por los delegados.

En un caso se pide un cambio de día de un examen para que no tengan dos exámenes en dos días consecutivos. Se les sugiere que formalicen si desean la petición en el área de Grado aunque también se les adelanta que no se cambian ya que el cuadrante está previsto para facilitar las horas a alumnos de otros cursos con asignaturas pendientes.

Falta de disponibilidad de aulas de informática vacías para trabajar. Se les contesta que se programan las clases semanalmente pero que a veces, el profesor decide trasladar a los alumnos a estas aulas a última hora y se les da prioridad.

Quejas sobre la plataforma: En la intranet no pueden generarse carpetas y que los archivos .zip muy pesados tampoco. En los dispositivos ipads tampoco puede descargarse la documentación. Ismael

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

Olea informa de la actualización inminente del sistema para subsanar estos problemas y pide disculpas en nombre de ESIC. También sugiere a los alumnos que trasladen todas las incidencias.

#### Acta 2

---

Fecha: marzo/2015

Miembros del Equipo de Mejora (Nombre y Puesto)

Asistentes:

-El Director del Área de Grado: Vicente Fuerte.

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

-Alumnos de la titulación de GRCOM

#### Desarrollo de la Reunión:

Revisión de las valoraciones de los alumnos con respecto a los resultados alcanzados con cada una de las asignaturas del plan de estudios.

Los alumnos expresan sus valoraciones después de las medidas adoptadas a raíz de sus propuestas al inicio del año.

Temas pendientes (seguimiento): Se revisan los temas de resultados del curso académico.

Nuevos temas tratados: no aplica

#### Conclusiones:

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. El resultado de este proceso puede consultarse en el *Informe de Acciones de Mejora de la Calidad Educativa*.

#### **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.

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

#### 7.5.1 Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento

2015/16		
TASA DE RENDIMIENTO	TASA DE PRESENTACIÓN	TASA DE SUPERACIÓN
85,2%	93,9%	90,7%

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 Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)  
Curso Académico 2015/16  
**ESIC Business & Marketing School**

**7.5.2 Tasas por Materia (Rendimiento, Presentación y Superación)**

Curso	Asignatura	CURSO 2015/16		
		Tasa de Rendimiento	Tasa de Presentación	Tasa de Superación
1º	Admin. y Organización de Empresas	82,4%	97,1%	84,8%
1º	Análisis Exploratorio de Datos	71,1%	97,4%	73,0%
1º	Bases del Sistema Tributario Español	88,2%	94,1%	93,8%
1º	Contabilidad Financiera	50,0%	90,9%	55,0%
1º	Derecho Laboral	64,9%	86,5%	75,0%
1º	Derecho Mercantil	73,5%	94,1%	78,1%
1º	Fundamentos de Economía de la Empresa	91,4%	97,1%	94,1%
1º	Fundamentos de Marketing	87,5%	90,0%	97,2%
1º	Matemáticas	72,2%	88,9%	81,3%
1º	Principios de Economía	72,5%	92,5%	78,4%
2º	Análisis Financiero Empresarial	87,0%	91,3%	95,2%
2º	Análisis y Gestión de Clientes	96,4%	100,0%	96,4%
2º	Comunicación Comercial	96,2%	100,0%	96,2%
2º	Dirección de la Innovación y la Calidad	96,0%	100,0%	96,0%
2º	Dirección de Recursos Humanos	96,2%	100,0%	96,2%
2º	Econometría	86,4%	90,9%	95,0%
2º	Economía Española	100,0%	100,0%	100,0%
2º	Gestión de Productos y Precios	95,8%	95,8%	100,0%
2º	Introducción a la Estadística	100,0%	100,0%	100,0%
2º	Planificación Contable	69,0%	82,8%	83,3%
3º	Canales y Distribución Comercial	93,8%	93,8%	100,0%
3º	Creación de Empresas	86,7%	90,0%	96,3%
3º	Estrategia y Dirección Estratégica	83,3%	83,3%	100,0%
3º	Gestión de Proyectos	86,2%	89,7%	96,2%
3º	Gestión de Ventas	96,4%	96,4%	100,0%
3º	Investigación de Mercados	88,2%	97,1%	90,9%
3º	Logística	87,9%	100,0%	87,9%
3º	Marketing de Servicios	90,0%	90,0%	100,0%
3º	Publicidad y Relaciones Públicas	84,6%	92,3%	91,7%
3º	Técnicas de Negociación	93,5%	93,5%	100,0%
4º	Comercio Electrónico	96,2%	96,2%	100,0%
4º	Marketing Estratégico	96,0%	100,0%	96,0%
4º	Planificación de Marketing	95,8%	95,8%	100,0%

Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)  
Curso Académico 2015/16  
**ESIC Business & Marketing School**

4º	Comercio Exterior	89,7%	96,6%	92,9%
4º	Estudio de Mercado Aplicados	81,0%	100,0%	81,0%
4º	Prácticas en Empresa	88,9%	88,9%	100,0%
4º	Trabajo Fin de Grado	88,2%	88,2%	100,0%

Fuente Secretaría General de ESIC

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

### 7.5.3 Análisis Evaluación del Aprendizaje

		CURSO 2015/16				
Curso	Asignatura	Matriculados	Aprobados	Suspensos	No presentados	Presentados
1º	Admin. y Organización de Empresas	34	28	5	1	33
1º	Análisis Exploratorio de Datos	38	27	10	1	37
1º	Bases del Sistema Tributario Español	34	30	2	2	32
1º	Contabilidad Financiera	44	22	18	4	40
1º	Derecho Laboral	37	24	8	5	32
1º	Derecho Mercantil	34	25	7	2	32
1º	Fund. de Economía de la Empresa	35	32	2	1	34
1º	Fundamentos de Marketing	40	35	1	4	36
1º	Matemáticas	36	26	6	4	32
1º	Principios de Economía	40	29	8	3	37
2º	Análisis Financiero Empresarial	23	20	1	2	21
2º	Análisis y Gestión de Clientes	28	27	1	0	28
2º	Comunicación Comercial	26	25	1	0	26
2º	Dirección de la Innovación y la Calidad	25	24	1	0	25
2º	Dirección de Recursos Humanos	26	25	1	0	26
2º	Econometría	22	19	1	2	20
2º	Economía Española	23	23	0	0	23
2º	Gestión de Productos y Precios	24	23	0	1	23
2º	Introducción a la Estadística	25	25	0	0	25
2º	Planificación Contable	29	20	4	5	24
3º	Canales y Distribución Comercial	32	30	0	2	30
3º	Creación de Empresas	30	26	1	3	27
3º	Estrategia y Dirección Estratégica	30	25	0	5	25
3º	Gestión de Proyectos	29	25	1	3	26
3º	Gestión de Ventas	28	27	0	1	27
3º	Investigación de Mercados	34	30	3	1	33
3º	Logística	33	29	4	0	33
3º	Marketing de Servicios	30	27	0	3	27
3º	Publicidad y Relaciones Públicas	26	22	2	2	24
3º	Técnicas de Negociación	31	29	0	2	29
4º	Comercio Electrónico	26	25	0	1	25
4º	Marketing Estratégico	25	24	1	0	25
4º	Planificación de Marketing	24	23	0	1	23
4º	Comercio Exterior	29	26	2	1	28

Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)  
Curso Académico 2015/16  
**ESIC Business & Marketing School**

4º	Estudio de Mercado Aplicados	21	17	4	0	21
4º	Prácticas en Empresa	18	16	0	2	16
4º	Trabajo Fin de Grado	17	15	0	2	15

Fuente Secretaría General de ESIC

**Análisis de Datos y Conclusiones:**

La tasa de rendimiento del Título en este curso alcanzó un 83,6%. Las asignaturas con una menor tasa de rendimiento (y que no alcanzaron el 75%) fueron Contabilidad Financiera, Planificación Contable, Principios de Economía, Derecho Laboral, Análisis Exploratorio de Datos y Matemáticas. No alcanzan el valor del 65 % las tres primeras.

**PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador**

**Mejora:** revisión de las tasas de rendimiento inferiores al 65%

**Causa:** Hay resultados por debajo de la recomendación de los indicadores debido a la complejidad de algunas de las asignaturas.

**Acciones a Desarrollar:** Se propone que los profesores proporcionen a los alumnos apuntes adicionales para un mejor seguimiento de las materias más difíciles.

**Responsables:** Director del Área de Grado

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

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

**Tiempo Realización:** 2014/15 y 2015/2016

**Código:** 2014.MEMORIA.GRCM.008 Continúa vigente desde el año anterior.

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

**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:

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

curso	sem.	asignatura	Créditos	Calificación	Competencias Generales											
				2015/16	CG1	CG2	CG3	CG4	CG5	CG6	CG7	CG8	CG9	CG10	CG11	CG12
1º	1º	FUNDAMENTOS DE MARKETING	6	6,24	1								1		1	
1º	1º	DERECHO LABORAL	6	5,93	1		1									
1º	1º	DERECHO MERCANTIL	6	5,71	1		1									
1º	1º	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA DE LA EN	6	6,07	1		1					1	1			
1º	1º	MATEMÁTICAS	6	6,61		1							1			
1º	2º	ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE	6	5,47	1			1			1		1			
1º	2º	BASES DEL SISTEMA TRIBUTARIO ESPAÑOL	6	6,49			1									
1º	2º	ANÁLISIS EXPLORATORIO DE DATOS	6	5,44		1							1			
1º	2º	CONTABILIDAD FINANCIERA	6	3,91									1		1	
1º	2º	PRINCIPIOS DE ECONOMÍA	6	5,35	1	1					1		1			
2º	1º	DIRECCIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA CAL	6	6,83		1		1		1	1	1	1			
2º	1º	DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	6	6,67		1	1	1						1	1	
2º	1º	INTRODUCCIÓN A LA ESTADÍSTICA	6	7,57		1			1							
2º	1º	PLANIFICACIÓN CONTABLE	6	6,16		1	1				1					
2º	1º	ECONOMÍA ESPAÑOLA	6	8,59	1	1						1				
2º	2º	GESTIÓN DE PRODUCTOS Y PRECIOS	6	7,88		1		1		1	1	1	1			
2º	2º	ANÁLISIS Y GESTIÓN DE CLIENTES	6	7,78		1		1	1		1	1	1			
2º	2º	COMUNICACIÓN COMERCIAL	6	6,88		1		1		1	1	1	1		1	
2º	2º	ANÁLISIS FINANCIERO EMPRESARIAL	6	7,16		1					1		1			
2º	2º	ECONOMETRÍA	6	6,99		1			1							
3º	1º	CANALES Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	6	7,74		1		1			1	1			1	
3º	1º	TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN	6	7,49	1	1	1						1			
3º	1º	CREACIÓN DE EMPRESAS	6	7,30			1			1		1			1	
3º	1º	GESTIÓN DE PROYECTOS	6	6,37				1						1		
3º	1º	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	6	6,48		1			1	1						
3º	2º	GESTIÓN DE VENTAS	6	7,45							1	1	1	1	1	
3º	2º	MARKETING DE SERVICIOS	6	7,29		1				1					1	
3º	2º	ESTRATEGIA Y DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	6	7,13	1			1			1	1			1	
3º	2º	PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	6	7,46		1							1			
3º	2º	LOGÍSTICA	6	6,17					1							
4º	1º	COMERCIO ELECTRÓNICO	6	7,08		1								1		
4º	1º	MARKETING ESTRATÉGICO	6	7,47						1	1	1	1		1	
4º	1º	PLANIFICACIÓN DE MARKETING	6	7,07		1		1				1		1	1	
4º	1º	COMERCIO EXTERIOR	6	6,72				1	1						1	
4º	1º	ESTUDIOS DE MERCADO APLICADOS	6	6,00							1	1			1	
4º	2º	TRABAJO FIN DE GRADO	6	7,35	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	
4º	2º	PRÁCTICAS EN EMPRESA	24	8,69	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	
		MEDIA DE LA COMPETENCIA			7,1	7,3	7,2	7,0	7,7	7,7	7,4	7,5	7,0	6,9	7,7	7,3



#### **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:

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

Competencia	Calificación 2014/15	MECES 2007					MECES 2011								
		MEGE 01	MEGE 02	MEGE 03	MEGR 01	MEGR 02	MEGR 03	MEGR 04	MEGR 05	MECES1	MECES2	MECES3	MECES4	MECES5	MECES6
CG1	7,15			1	1	1				1	1				
CG2	7,30				1	1		1		1	1		1		1
CG3	7,19			1	1	1		1		1	1		1		1
CG4	6,96	1	1	1	1	1				1	1				
CG5	7,71							1						1	
CG6	7,69							1				1			1
CG7	7,37			1		1					1				
CG8	7,51			1	1	1				1	1				
CG9	7,03							1						1	
CG10	6,94	1	1	1	1	1		1		1	1		1		1
CG11	7,72	1	1	1				1	1				1	1	1
CG12	7,31	1	1	1				1					1		1
CE1	7,29				1					1			1		
CE2	7,16				1					1			1		
CE3	6,04	1	1		1					1					
CE4	8,12					1		1			1			1	
CE5	8,30		1	1	1					1			1		
CE6	6,32					1	1	1			1	1		1	
CE7	6,62					1	1		1		1	1	1		1
CE8	7,05					1			1			1			1
CE9	7,76				1	1			1	1		1			1
CE10	7,72						1	1	1			1	1	1	1
CE11	7,97				1	1			1	1	1		1		1
CE12	7,52	1	1	1		1	1		1		1	1	1		1
CE13	7,71	1	1	1	1				1	1					1
CE14	6,99					1					1		1		
CE15	7,06	1	1		1	1			1	1		1			1
CE16	7,11	1		1		1		1			1		1	1	
CE17	7,16					1					1				
CE18	7,32	1	1	1		1		1			1			1	
CE19	7,78				1				1	1					1
CE20	6,97		1			1			1		1		1		1
CE21	7,04						1	1	1			1	1	1	1
CE22	6,21					1	1		1		1	1			1
CE23	6,67	1	1		1					1					
CE24	7,15					1	1		1		1	1	1		1
<b>MEDIA DE LA COMPETENCIA MECES</b>		7,1	7,1	7,3	7,2	7,2	6,9	7,3	7,3	7,2	7,2	6,9	7,3	7,3	7,3

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# 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.

#### **MECES 2011:**

- MECES 1 Haber adquirido conocimientos avanzados y demostrado una comprensión de los aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en su campo de estudio con aspectos teóricos y prácticos y de la metodología de trabajo en su campo de estudio con una profundidad que llegue hasta la vanguardia del conocimiento.
- MECES 2 Poder, mediante argumentos o procedimientos elaborados y sustentados por ellos mismos, aplicar sus conocimientos, la comprensión de estos y sus capacidades de resolución de problemas en ámbitos laborales complejos o profesionales y especializados que requieren el uso de ideas creativas e innovadoras.
- MECES 3 Tener la capacidad de recopilar e interpretar datos e informaciones sobre las que fundamentar sus conclusiones incluyendo, cuando sea preciso y pertinente, la reflexión sobre asuntos de índole social, científica o ética en el ámbito de su campo de estudio.
- MECES 4 Ser capaces de desenvolverse en situaciones complejas o que requieran el desarrollo de nuevas soluciones tanto en el ámbito académico como laboral o profesional dentro de su campo de estudio.
- MECES 5 Saber comunicar a todo tipo de audiencias (especializadas o no) de manera clara y precisa, conocimientos, metodologías, ideas, problemas y soluciones en el ámbito de su campo de estudio.
- MECES 6 Ser capaces de identificar sus propias necesidades formativas en su campo de estudio y entorno laboral o profesional y de organizar su propio aprendizaje con un alto grado de autonomía en todo tipo de contextos (estructurados o no).

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

Obteniendo asimismo las siguientes medias:

Media MECES 2007	7,19
Media MECES 2011	7,21

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

Como podemos observar la calificación media alcanzada es prácticamente la misma entre un criterio y otro (MECES 2007 y 2011) y no hay ninguna Competencia MECES con resultado por debajo de 6.

Por otro lado, podemos observar que todas las competencias que persigue el Título tiene un resultado de 7 o más.

**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 las siguientes tablas se incluyen los datos referidos a las tasas de graduación, eficiencia y abandono del curso actual.

Por cohortes de graduación podemos observar:

	<b>Tasa de eficiencia</b>
<b>Curso 2015/16</b>	<b>87,1%</b>

**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](http://www.esic.edu/calidad/buzon_virtual.php)

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

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

Resultados del buzón de sugerencias:

		2013/14	2014/15	2015/16
<b>Área Académica</b>	Nº Sugerencias	0	0	5
	Nº Felicitaciones	0	0	0
	Nº Quejas	0	2	5
<b>Área Gestión</b>	Nº Sugerencias	0	0	1
	Nº Felicitaciones	0	0	0
	Nº Quejas	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>Nº Sugerencias</b>	0	0	6
	<b>Nº Felicitaciones</b>	0	0	0
	<b>Nº Quejas</b>	0	2	5

Fuente Unidad de Calidad ESIC

#### Análisis de Datos y Conclusiones:

Incrementa 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.

#### PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador

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

**Causa:** Como ya se indica en anteriores informes, la política de puertas abiertas de ESIC y la posibilidad en la sede de Valencia de gestionar y en muchos casos solucionar al momento o en breve plazo de tiempo las quejas, sugerencias y felicitaciones hace que no queden registradas las evidencias.

**Acciones a Desarrollar:** En las reuniones de Delegados, se sigue insistiendo en la importancia de evidenciar este tipo de acciones.

**Responsables:** Responsable de Calidad de Campus Valencia.

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

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

**Tiempo Realización:** 16/17

**Código:** 2016.MEMORIA.GRCM.006

**Indicador:**

### 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 profesor en dos asignaturas. Se llevan a cabo los procesos de selección para incorporar docentes que responda al perfil estipulado.
- En algunos casos se ha comunicado al profesorado la necesidad de agilizar la publicación de calificaciones y cumplir los plazos que en este sentido el centro tiene estipulados.
- Se informa a determinados profesores sobre la necesidad de gestionar mejor los conflictos en el aula y cumplir con los plazos establecidos para la publicación de calificaciones.

### 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 2014-2015, han sido los siguientes:

●	Se asigna en el caso de observar una evolución positiva.	66,6%
●	Se asigna en el caso de observar una evolución parcialmente positiva.	16,7%
●	Se asigna en el caso de no observar ningún tipo de mejora.	16,7%

## 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 7,56 (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	2015/2016
1º	6,77	7,42	7,86
2º	7,72	7,10	7,72
3º	-	7,55	7,13
4º	-	-	7,55
<b>MEDIA</b>	<b>7,25</b>	<b>7,36</b>	<b>7,56</b>

#### 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	5,93
ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	6,58
METODOLOGÍA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	6,89
INFRAESTRUCTURAS E INSTALACIONES	6,33
ACCESO Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTE	6,56
ORGANIZACIÓN DEL PROGRAMA	6,70
PERSONAL DOCENTE	8,13
FORMACIÓN INTEGRAL	6,95

**Informe Anual de la Titulación**  
**Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)**  
**Curso Académico 2015/16**  
**ESIC Business & Marketing School**

4º CURSO	GRCM
	Media
RESULTADOS DEL PROGRAMA	7,31
ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	6,38
METODOLOGÍA ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	7,43
INFRAESTRUCTURAS E INSTALACIONES	6,49
ACCESO Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTE	6,71
ORGANIZACIÓN DEL PROGRAMA	5,52
PERSONAL DOCENTE	7,79
FORMACIÓN INTEGRAL	7,03
EXPECTATIVAS DE FUTURO	7,18

**Análisis de Datos y Conclusiones:**

Al analizar los resultados, se observa que la valoración más alta se obtiene en el factor identificado como Personal Docente, con 8,13 sobre 10. En contrapartida, los resultados del Programa reciben la puntuación más baja con un 5,93 sobre 10.

**PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador: No procede.**

### **7.7.2 Satisfacción de Egresados**

Dado que el Título no tiene egresados, no procede analizar el grado de satisfacción de los mismos.

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

Sin datos.

**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 75,8%.
- La satisfacción media (promedio de los 15 ítems incluidos en el cuestionario) del claustro de profesores de GRCM se situó en 8,9 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 9,5 sobre 10) han sido el desarrollo de actividades de evaluación previstas, el cumplimiento del temario y la implementación de las actividades prácticas previstas.

#### **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 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 2015/16, lanzada desde el ICEMD, se destaca la siguiente información:

- El índice de participación se situó en el 51,2%.
- 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 8,9 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 disponibilidad de información sobre aspectos docentes necesaria para atender al alumnado, la gestión de los procesos administrativos del título, y el trato con los estudiantes del título, que obtienen una valoración media de 9,1.

**Análisis de Datos y Conclusiones:**

Las calificaciones de satisfacción obtenidas del personal no docente de la empresa, muestran en general resultados muy positivos sobre el día a día en ESIC.

**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 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 un 5 la labor de coordinación tutor académico - tutor externo – estudiante.

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 superiores a 9 puntos sobre 10.

Finalmente, la satisfacción general con el Dpto. de Prácticas de ESIC por parte del tutor externo es valorada con un 8,2.

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

Para ESIC son muy importantes estos datos de satisfacción de sus alumnos en la realización de sus prácticas, de los tutores académicos y de los tutores externos. Es por ello que desde el curso 2013/14 se puso en marcha la recogida de datos para su informe y valoración de aspectos relevantes.

**PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador:** No procede.

#### **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

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

caso, estimadas a partir de una escala de 10 (donde 1 es la menor satisfacción posible y 10 la mayor).

	<b>Media 2015/16</b>
Aspectos generales	7,17
Oficina Internacional de ESIC	6,75
Coordinación Académica	7,25
Estancia Internacional	9,17
Valorar la atención	7,50

**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 (satisfacción general situada en 7,42 sobre un máximo de 10).

#### **PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador**

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

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

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

**Responsables:** Oficina Internacional y Unidad de Calidad.

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

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

**Tiempo Realización:** 2016/2017

**Código:** 2016.MEMORIA.GRCM.007

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

## 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

A continuación 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,

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

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](http://www.esic.edu/pdf/Valencia_grado_guia_2013-2014.pdf)

#### **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**

No se ha realizado Seguimiento por Avap dado que no corresponde por la fecha de implantación.

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

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

### 9.1 Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2015/2016

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

- Implantación del Grado Oficial International Business, en Valencia. Puesta en marcha del 2º curso y preparación del 3º curso.
- Autorización ANECA para Grado Oficial Digital Business.
- Consecución Centro Adscrito USJ y Autorización ANECA.
- Consecución Centro Adscrito URV y Autorización Bachelor en Marketing
- Consolidación del Modelo de Seguimiento y Renovación de Títulos.
- Mejora de la Empleabilidad de nuestros Egresados.
- Consolidación de los Premios a la Excelencia (4ª edición).
- Fomento del espíritu emprendedor entre los alumnos/as
- Mayor experiencia Internacional del alumnado.
- Mejora de la evaluación del desempeño académico y satisfacción del profesorado.
- Conseguir un mayor sentido de pertenencia del profesorado.

#### Mejoras por Título

- **Mejora:** Aumentar el PDI Acreditados en los próximos cursos.
- **Código:** 2014.MEMORIA.GRCM.004. Continúa vigente desde el año anterior.
- **Grado de implantación:** Esta acción de mejora tenía una previsión de dos años por lo que se sigue perseverando en tratar de contratar personal acreditado sin contratos de exclusividad.
  
- **Mejora:** Replantear la adecuación del profesorado especialmente en 1º
- **Código:** 2014.MEMORIA.GRCM.005. Continúa vigente desde el año anterior.
- **Grado de implantación:** La Dirección académica se reúne anualmente con los profesores con resultado “fuera de indicadores” para reconducir la satisfacción de los alumnos sin menoscabo de la profundidad en los contenidos.
  
- **Mejora:** revisión de las tasas de rendimiento inferiores al 65%

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

- **Código:** 2014.MEMORIA.GRCM.006. Continúa vigente desde el año anterior.
- **Grado de implantación:** Esta acción de mejora tenía una previsión de dos años. Durante este curso se ha seguido insistiendo a los profesores en el refuerzo necesario de documentación adicional para el ajuste en los resultados de esta tasa.
  
- **Mejora:** continuar con el incremento en el número de alumnos para cursar estos estudios.
- **Código:** 2015.MEMORIA.GRCM.001
- **Grado de implantación:** Continúa el refuerzo en la captación de candidatos en las acciones preuniversitarias y refuerzo en la campaña de comunicación.
  
- **Mejora:** Implantación de un nuevo formato de guía docente (Ed.5) para el curso 2015/16
- **Código:** 2015.MEMORIA.GRCM.002
- **Grado de implantación:** Realizado: nueva edición ajustándose a la Memoria verificada
  
- **Mejora:** Aumentar el número de actividades extraacadémicas directamente relacionadas con la empresa para el curso 2015/16.
- **Código:** 2015.MEMORIA.GRCM.003
- **Grado de implantación:** durante el curso, como puede observarse en el apartado 6.1 ACTIVIDADES se han programado visitas a empresas e instituciones, así como las charlas y conferencias de profesionales dentro del contenido del itinerario formativo
  
- **Mejora:** Aumentar la comunicación de la existencia del Buzón Virtual Danos tu opinión entre todos los grupos de interés del Campus.
- **Código:** 2015.MEMORIA.GRCM.004
- **Grado de implantación:** Realizado: nueva edición ajustada a la Memoria verificada.
  
- **Mejora:** Aumentar participación en las encuestas por parte del alumnado y adecuado a los requisitos del Programa Docencia.
- **Código:** 2015.MEMORIA.GRCM.005
- **Grado de implantación:** Realizado. Se han lanzado las encuestas a través de la nueva plataforma para mejorar la participación. Los principales resultados se encuentran en el apartado 7.7.1 del presente informe.
- 
  
- **Mejora:** Incrementar el índice de participación del Personal No Docente en las encuestas.
- **Código:** 2015.MEMORIA.GRCM.006
- **Grado de implantación:** Se avisa por mail para que se cumplimenten y se envían sucesivos recordatorios con este fin para conseguir más resultados.

## 9.2 Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2016/2017

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

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

Las propuestas para el curso 2016/217 son todas aquellas mejoras identificadas en este informe nuevas para su puesta en marcha en el 2016/2017:

- **Mejora:** continuar con la labor comercial para atraer un mayor número de alumnos a estos estudios.
- **Código:** 2016.MEMORIA.GRCM.001
  
- **Mejora:** Implantación de un nuevo formato de guía docente (Ed.6) para el curso 2016/17
- **Código:** 2016.MEMORIA.GRCM.002
  
- **Mejora:** Optimizar los índices de los resultados de 4º curso. En particular, de Prácticas en Empresa.
- **Código:** 2016.MEMORIA.GRCM.003
  
- **Mejora:** Acción de Fomento y Soporte para la acreditación de los Doctores con los que actualmente cuenta el centro
- **Código:** 2016.MEMORIA.GRCM.004
  
- **Mejora:** Acción de Fomento y Soporte para la acreditación de los Doctores con los que actualmente cuenta el centro
- **Código:** 2016.MEMORIA.GRCM.005
  
- **Mejora:** Aumentar la comunicación de la existencia del Buzón Virtual Danos tu opinión entre todos los grupos de interés del Campus.
- **Código:** 2016.MEMORIA.GRCM.006
  
- **Mejora:** Información sobre la valoración de programas de Movilidad outgoing por Titulación.
- **Código:** 2016.MEMORIA.GRCM.007

## **10 CUADRO DE INDICADORES**

Ver información sobre indicadores en:

[http://www.esic.edu/pdf/resumen\\_indicadores\\_grcm.pdf](http://www.esic.edu/pdf/resumen_indicadores_grcm.pdf)

## ANEXOS

### ANEXO 1: Satisfacción de los alumnos:

#### 1.1 Encuesta para la valoración docente de Grado:

1.La información facilitada por el profesor (Syllabus) ha resultado útil
2.Se ha coordinado adecuadamente tareas teóricas y prácticas
3.Las documentaciones se ajustan al contenido de la asignatura
4.El profesor prepara, organiza y estructura las actividades en clase
5.El profesor explica con claridad y resalta conceptos importantes
6.El profesor resuelve las dudas y orienta a los alumnos en el aula
7.El profesor consigue despertar interés por los diferentes temas tratados
8.El profesor favorece la participación de los estudiantes en aula
9.Muestra respeto ante los comentarios y opiniones de los demás
10.Se muestra accesible y receptivo para dudas fuera del aula
11. La estructura de evaluación se ha ajusta a lo indicado en el syllabus.
12.El profesor ha mejorado mis conocimientos y habilidades
13.El profesor ha transmitido valores de desarrollo humano
14. El profesor ha sido innovador en alguna/s de las metodologías y/o contenidos y/o habilidades transmitidas.
15. Globalmente puede ser considerado como un buen profesor.

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

## 1.2 Cuestionario de Satisfacción de Programa (2º curso):

**RESULTADOS DEL PROGRAMA:**  
Indica **tu satisfacción** al realizar el Título Universitario

	Valoración
P1a. Fortalecer e incrementar mis conocimientos.	
P1b. Implantación a corto/medio plazo de los conocimientos en el mundo laboral	
P1c. Despertar inquietudes emprendedoras	
P1d. Potenciar mi red de contactos en el mundo empresarial	

**ORGANIZACIÓN DEL PROGRAMA:**  
Indica **tu satisfacción** de las actividades propias de la Dirección del Título

	Valoración
P2a. Distribución de trabajos a lo largo del curso	
P2b. Distribución de los exámenes	
P2c. Coordinación de los profesores	
P2d. Publicación de convocatorias de exámenes	

**ESTRUCTURA DEL PROGRAMA:**  
Indica **tu satisfacción** con la Estructura del Título

	Valoración
P3a. Distribución de contenidos entre asignaturas	
P3b. Enfoque Internacional de los contenidos	
P3c. Enfoque teórico/práctico de los contenidos	

**PERSONAL DOCENTE:**  
Indica **tu satisfacción** del personal Docente

	Valoración
P5a. Personal Docente	

**METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:**  
Indica **tu satisfacción** de la Metodología empleada en el Título

	Valoración
P4a. Métodos docentes que favorecen implicación activa del participante en clase	
P4b. Criterios de Evaluación	
P4c. Tutorías	
P4d. Aprendizaje a través de mis compañeros	
P4e. Documentación Soporte	

**FORMACIÓN INTEGRAL: PROFESIONAL Y PERSONAL:**  
Indica **tu satisfacción** de la Formación en habilidades personales y profesionales impartido en el Título

	Valoración
P6a. Formación en habilidades de desarrollo Humano (valores éticos)	
P6b. Formación en habilidades de gestión directiva	
P6c. Aprendizaje de otros idiomas	
P6d. Formación en habilidades con herramientas informáticas	
P6e. Formación en trabajo en equipo	

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

#### INFRAESTRUCTURAS E INSTALACIONES:

Indica **tu satisfacción** de las Infraestructuras e Instalaciones que te ofrece el Campus

	Valoración
P7a. Aulas de clase	
P7b. Sistema de préstamo de libros (Biblioteca)	
P7c. Espacios y accesibilidad de la Biblioteca	
P7d. Venta de Libros	
P7e. Salas de trabajo en equipo	

	Valoración
P7f. Aulas de informática	
P7g. Servicio de Fotocopias	
P7h. Cafetería	
P7i. Restauración	
P7j. Instalaciones en general	

#### ACCESO Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTE DE ESIC:

Indica **tu satisfacción** del acceso y atención del personal de ESIC que te ofrece el Campus

	Valoración
P8a. Actividades de acogida	
P8b. Actividades de tutorización en el estudio del curso	
P8c. Actividades de orientación profesional y personal	
P8d. Canales para realizar felicitaciones, quejas y sugerencias	

	Valoración
P8e. Accesibilidad a la Dirección Académica	
P8f. Actividades de ayuda en el desarrollo del curso, de tipo administrativo, organizativo, etc.	
P8g. Atención mediante canales web	

<b>P10. GÉNERO</b> (marque con una X)	<b>F</b>	<b>M</b>	
<b>P11. EDAD</b>			

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

### 1.3 Cuestionario de Satisfacción Final y Expectativas (4º)

#### RESULTADOS DEL PROGRAMA:

Indica **tu satisfacción** al realizar el Título Universitario

	Valoración
P1a. Fortalecer e incrementar mis conocimientos.	
P1b. Implantación a corto/medio plazo de los conocimientos en el mundo laboral	
P1c. Despertar inquietudes emprendedoras	
P1d. Potenciar mi red de contactos en el mundo empresarial	

#### ORGANIZACIÓN DEL PROGRAMA:

Indica **tu satisfacción** de las actividades propias de la Dirección del Título

	Valoración
P2a. Distribución de trabajos a lo largo del curso	
P2b. Distribución de los exámenes	
P2c. Coordinación de los profesores	
P2d. Publicación de convocatorias de exámenes	

#### ESTRUCTURA DEL PROGRAMA:

Indica **tu satisfacción** con la Estructura del Título

	Valoración
P3a. Distribución de contenidos entre asignaturas	
P3b. Prácticas externas	
P3c. Enfoque Internacional de los contenidos	
P3d. Enfoque teórico/práctico de los contenidos	

#### PERSONAL DOCENTE:

Indica **tu satisfacción** del personal Docente

	Valoración
P5a. Personal Docente	

#### METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:

Indica **tu satisfacción** de la Metodología empleada en el Título

	Valoración
P4a. Métodos docentes que favorecen implicación activa del participante en clase	
P4b. Criterios de Evaluación	
P4c. Tutorías	
P4d. Aprendizaje a través de mis compañeros	
P4e. Documentación Soporte	

#### FORMACIÓN INTEGRAL: PROFESIONAL Y PERSONAL:

Indica **tu satisfacción** de la Formación en habilidades personales y profesionales impartido en el Título

	Valoración
P6a. Formación en habilidades de desarrollo Humano (valores éticos)	
P6b. Formación en habilidades de gestión directiva	
P6c. Aprendizaje de otros idiomas	
P6d. Formación en habilidades con herramientas informáticas	
P6e. Formación en trabajo en equipo	

#### INFRAESTRUCTURAS E INSTALACIONES:

Indica **tu satisfacción** de las Infraestructuras e Instalaciones que te ofrece el Campus

	Valoración		Valoración
P7a. Aulas de clase		P7f. Aulas de informática	

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

P7b. Sistema de préstamo de libros (Biblioteca)	
P7c. Espacios y accesibilidad de la Biblioteca	
P7d. Venta de Libros	
P7e. Salas de trabajo en equipo	

P7g. Servicio de Fotocopias	
P7h. Cafetería	
P7i. Restauración	
P7j. Instalaciones en general	

ACCESO Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTE DE ESIC:			
Indica <b>tu satisfacción</b> del acceso y atención del personal de ESIC que te ofrece el Campus			
	<b>Valoración</b>		<b>Valoración</b>
P8a. Actividades de acogida		P8e. Accesibilidad a la Dirección Académica	
P8b. Actividades de tutorización en el estudio del curso		P8f. Actividades de ayuda en el desarrollo del curso, de tipo administrativo, organizativo, etc.	
P8c. Actividades de orientación profesional y personal		P8g. Atención mediante canales web	
P8d. Canales para realizar felicitaciones, quejas y sugerencias			

EXPECTATIVAS DE FUTURO			
Indica <b>lo que esperas</b> de la Escuela en un futuro de los servicios que se ofrecen, con los grados de <b>IMPORTANCIA</b> , de 0 a 10, nada importante a muy importante respectivamente.			
	<b>Valoración</b>		<b>Valoración</b>
P9a. Servicios Formativos del Área de Postgrado		P9d. Ser miembro de la <b>Asociación de Antiguos Alumnos de ESIC</b>	
P9b. Servicios Formativos del Área Executive Education		P9e. Optar a <b>Puestos de Trabajo</b> en Empresa a través del Dpto. de Carreras Profesionales de ESIC	
P9c. Servicios Formativos del Área de Idiomas		P9f. Optar a <b>Prácticas Externas</b> en Empresa a través de Dpto. de Prácticas Profesionales de ESIC	
Indícanos <b>otros servicios</b> que esperarías de la Escuela y que no han sido reflejado anteriormente:			
P9g.		P9h.	

DATOS DEL ESTUDIANTE	
P10. TÍTULO	

P11. SEXO (marque con una X)	F	M
P12. EDAD		

¿Hay algún aspecto que consideras es necesario mejorar y no ha sido mencionado en el cuestionario? \_\_\_\_\_

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

## ANEXO 2: Satisfacción de Egresados

P1.- Año de finalización del grado:

P2.- Titulación:

P3.- Ocupación actual:

1.- Trabaja	2.- Estudia	3.- Busca trabajo	4.- Otros (PASAR A P15)
P4.- Tipo de trabajo 1.- Cuenta propia 2.- Cuenta ajena 3.- Prácticas	P9.- ¿Qué estás estudiando? 1.- Doble titulación 2.- Master 3.- Idiomas PASAR A P15	P10.- ¿Has trabajado desde que terminaste tus estudios? 1.- No (PASAR A P15) 2.- Si	
P5.- ¿Cómo accediste a tu puesto de trabajo actual? 1.- Prácticas gestionadas desde ESIC 2.- Bolsa de trabajo de ESIC 3.- MEET 4.- Otros:___		P11.- ¿Cómo accediste al puesto de trabajo? 1.- Prácticas gestionadas desde ESIC 2.- Bolsa de trabajo de ESIC 3.- MEET 4.- Otros:___	
P6.- ¿Se necesita la titulación para desarrollar actividad actual? 1.- Si 2.- No		P12.- ¿Se necesitaba la titulación para desarrollar actividad del puesto? 1.- Si 2.- No	
P7.- ¿Hasta qué punto estas utilizando conocimientos y competencias adquiridas con tus estudios de grado? 4.- Mucho 3.- Bastante 2.- Poco 1.- Nada		P13.- ¿Hasta qué punto utilizaste conocimientos y competencias adquiridas con tus estudios de grado? 4.- Mucho 3.- Bastante 2.- Poco 1.- Nada	
P8 ¿En qué empresa estás trabajando?  PASAR A P15		P14 ¿En qué empresa estuviste trabajando?  PASAR A P15	
P15.- Considerando una escala de 0 a 10 puntos, ¿podrías indicar cuál es tu grado de satisfacción con la preparación que conseguiste al cursar tu grado en ESIC?			

Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)  
Curso Académico 2015/16  
**ESIC Business & Marketing School**

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2015/16 ESIC Business & Marketing School

## ANEXO 3: Cuestionario sobre el proceso de evaluación de Docencia 2015.



Hola,

Nos ponemos en contacto contigo para pedir tu colaboración como **Profesor** evaluado bajo el **Modelo Docencia de ESIC 2015**. ESIC desea conocer tu valoración sobre el proceso de evaluación que has vivido durante estos meses. **El objetivo de la encuesta es revisar la validez del Modelo y sus mejoras para convocatorias futuras.**

Esta encuesta forma parte del proyecto de mejora continua e implantación del sistema de garantía interna de calidad (SGIC) de ESIC.

### [ACCEDER A LA ENCUESTA](#)

Podrías cumplimentar la encuesta hasta el día 26 de octubre a las 22:00.

Es importante que conozca que la **respuesta** es absolutamente **confidencial** y que el secreto estadístico está garantizado por la Ley 12/1989.

Agradecemos de antemano tu colaboración.

Un saludo.

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2015/16 ESIC Business & Marketing School



Valoración sobre el Proceso De Evaluación De Docencia 2015

Inicio Valoraciones generales de satisfacción

Hola.

Por favor, responde a todas las preguntas de este cuestionario y añade los comentarios que consideres importantes. Para cumplimentarlo es necesario marcar la casilla que más se ajuste a la opinión que tienes ante la afirmación expuesta en cada apartado.

Toda la información recogida será tratada confidencialmente.

Siguiente

## Encuesta



Valoración sobre el Proceso De Evaluación De Docencia 2015

Inicio Valoraciones generales de satisfacción

Señala el grado de satisfacción con las siguientes cuestiones que se plantean, en una escala de 0 a 10, cuyos extremos son: 0 nada satisfecho y 10 muy satisfecho.

**Fase de Convocatoria (Publicación)**

1. Comunicación recibida:

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

2. Contenidos sobre la Convocatoria:

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

**Fase de Formación**

3. Convocatoria:

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  NA

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2015/16 ESIC Business & Marketing School

4. Desarrollo de la Formación:

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  NA

5. Utilidad de la Formación:

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  NA

**Fase de Autoevaluación del Profesor**

6. Tiempos de realización:

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

7. Documentación utilizada:

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

8. Objetividad en la Autoevaluación del Profesor:

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

10. Tiempo invertido en la Autoevaluación (en horas):

**Fase de Evaluación de los Directores Académicos**

13. Objetividad de la evaluación/es del/los Director/es Académico/s:

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

14. Entrega y comunicación de la/s Evaluación/es por parte del/ los Director/es Académico/s:

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

**Fase de Resultados y Alegaciones**

16. Tiempos de realización:

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

17. Documentación utilizada (informes):

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

18. Objetividad del Resultado final:

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

# Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2015/16 ESIC Business & Marketing School

19. En caso de alegaciones:

19.1 Tiempo de realización:

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  NA

19.2 Objetividad del resultado de las alegaciones:

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  NA

**Atención recibida**

22. Directores Académicos:

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

23. Comisión de Valoración:

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

24. Oficina Técnica Docente:

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

25. Director General (en caso de alegaciones):

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10  NA

**Expectativas de Futuro**

26. Grado de aportación que crees tendrá el proceso de Evaluación Docente en la mejora de la actividad docente del profesorado de ESIC (de 0 ninguna aportación a 10 mucha aportación):

0  1  2  3  4  5  6  7  8  9  10

*Indicar las mejoras que propondrías para el Modelo de Evaluación Docente en sus futuras convocatorias..*

Sugerencias..

**Enviar**

**ANEXO 4: Satisfacción del PDI sobre la Titulación.**

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

Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)  
Curso Académico 2015/16  
ESIC Business & Marketing School

**ANEXO 5: Satisfacción del PDI sobre la Infraestructuras e Instalaciones.**

Amplitud de los espacios donde se desarrolla su trabajo
Iluminación
Climatización
Cobertura servicios de voz
Calidad de servicios de voz
Calidad del terminal de servicios de voz
Calidad de equipo de sobremesa
Velocidad de acceso a red
Servicios de red (Cantidad y seguridad del almacenamiento)
Mensajería (correo electrónico, etc.)
Cobertura WIFI
Facilidad de conexión WIFI
Velocidad de internet
Restricciones de acceso (bloqueo a sitios inadecuados)
Mobiliario
Limpieza aseos
Limpieza zonas comunes
Limpieza despachos
Sala de reuniones
Servicio de Cafetería
Restaurante
Sistema de protección y prevención de riesgos laborales
Servicio Buzón 'Danos tu opinión'
La seguridad en los edificios en los que desempeña su actividad
Información adecuada y suficiente sobre los recursos materiales, infraestructuras e instalaciones
El mantenimiento de las instalaciones
Las instalaciones en general
Limpieza aulas
Equipamiento técnico de las aulas (PCs y multimedia)
Iluminación aulas
Climatización aulas
Mobiliario aulas
Aulas de informática

**Informe Anual de la Titulación**  
**Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)**  
**Curso Académico 2015/16**  
**ESIC Business & Marketing School**

**ANEXO 6: Satisfacción del PAS sobre la Titulación.**

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

Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)  
Curso Académico 2015/16  
**ESIC Business & Marketing School**

**ANEXO 7: Satisfacción del PAS sobre la Infraestructuras, Instalaciones y Clima Laboral.**

Amplitud de los espacios donde se desarrolla su trabajo
Iluminación
Climatización
Cobertura servicios de voz
Calidad de servicios de voz
Calidad del terminal de servicios de voz
Calidad de equipo de sobremesa
Velocidad de acceso a red
Servicios de red (Cantidad y seguridad del almacenamiento)
Mensajería (correo electrónico, etc.)
Cobertura WIFI
Facilidad de conexión WIFI
Velocidad de internet
Restricciones de acceso (bloqueo a sitios inadecuados)
Mobiliario
Limpieza aseos
Limpieza zonas comunes
Limpieza despachos
Sala de reuniones
Servicio de Cafetería
Restaurante
Sistema de protección y prevención de riesgos laborales
Servicio Buzón 'Danos tu opinión'
La seguridad en los edificios en los que desempeña su actividad
Información adecuada y suficiente sobre los recursos materiales, infraestructuras e instalaciones
El mantenimiento de las instalaciones
Las instalaciones en general
Limpieza aulas
Equipamiento técnico de las aulas (PCs y multimedia)
Iluminación aulas
Climatización aulas
Mobiliario aulas

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

Aulas de informática
----------------------

Percibir un salario coherente con la función desempeñada.(Importancia)
Percibir un salario coherente con la función desempeñada.(Satisfacción)
El desarrollo profesional y la promoción interna.(Importancia)
El desarrollo profesional y la promoción interna.(Satisfacción)
La motivación y el reconocimiento.(Importancia)
La motivación y el reconocimiento.(Satisfacción)
Mantener una buena relación con los mandos inmediatos.(Importancia)
Mantener una buena relación con los mandos inmediatos.(Satisfacción)
Acciones de conciliación de la vida personal y laboral.(Importancia)
Acciones de conciliación de la vida personal y laboral.(Satisfacción)
Que la empresa tenga buena imagen/reputación en la sociedad.(Importancia)
Que la empresa tenga buena imagen/reputación en la sociedad.(Satisfacción)
Capacidad de la empresa para atraer talento.(Importancia)
Capacidad de la empresa para atraer talento.(Satisfacción)
Es una empresa que se recomienda como lugar de trabajo.(Importancia)
Es una empresa que se recomienda como lugar de trabajo.(Satisfacción)
Empresa exitosa en su actividad.(Importancia)
Empresa exitosa en su actividad.(Satisfacción)
Sector atractivo para trabajar.(Importancia)
Sector atractivo para trabajar.(Satisfacción)
Los valores éticos y profesionales de la empresa.(Importancia)
Los valores éticos y profesionales de la empresa.(Satisfacción)
Que las oportunidades de desarrollo sean las mismas entre hombres y mujeres, y entre personas de diferentes nacionalidades.(Importancia)
Que las oportunidades de desarrollo sean las mismas entre hombres y mujeres, y entre personas de diferentes nacionalidades.(Satisfacción)
Que los altos directivos sean profesionales con buena reputación.(Importancia)
Que los altos directivos sean profesionales con buena reputación.(Satisfacción)
La identificación de los trabajadores con el proyecto empresarial.(Importancia)
La identificación de los trabajadores con el proyecto empresarial.(Satisfacción)
Orgullo de formar parte de la empresa.(Importancia)
Orgullo de formar parte de la empresa.(Satisfacción)

## **ANEXO 8: Satisfacción de Prácticas Profesionales**

### 8.1 Evaluación del tutor externo con los programas de prácticas externas de ESIC

La adaptación e integración del alumno/s a la empresa / entidad ha sido adecuada
La relación entre la formación académica del estudiante y las actividades a desarrollar en las prácticas fueron adecuadas
La duración de las prácticas son adecuada/s
Valore los sistemas de evaluación aplicados a la práctica
De forma global exprese el grado de utilidad del trabajo realizado por el personal en prácticas de ESIC
Importancia del perfil del Candidato en la contratación de alumnos de ESIC
Importancia de las referencias de anteriores alumnos en prácticas de ESIC en la contratación de alumnos de ESIC
Importancia de la formación del Candidato (Titulación cursada) en la contratación de alumnos de ESIC
Importancia de la resolución del Candidato en las pruebas de acceso a la Práctica en la contratación de alumnos de ESIC
Importancia Otros factores en la contratación de alumnos de ESIC
La información recibida por parte del Dpto. de Prácticas de ESIC
La atención prestada por parte del Dpto. de Prácticas de ESIC
La gestión administrativa por parte del Dpto. de Prácticas de ESIC
Satisfacción general con el Dpto. de Prácticas de ESIC

## 8.2 Evaluación del tutor académico con los programas de prácticas externas

La información facilitada para la correcta tutorización de las prácticas
La relación entre la formación académica del estudiante y las actividades a desarrollar en las prácticas
La adecuada adquisición y desarrollo de competencias profesionales para el estudiante en sus prácticas
La duración de las prácticas ha sido adecuada
El periodo de realización de las prácticas ha sido adecuado
Adecuada coordinación con el tutor externo (empresa)
De forma global, exprese su satisfacción con las prácticas realizadas por los alumno/s
Valore los sistemas de evaluación aplicados (memoria final del alumno, control de asistencia, etc.)
De forma global, exprese su grado de satisfacción con el Dpto. de Prácticas de ESIC (La información recibida)
De forma global, exprese su grado de satisfacción con el Dpto. de Prácticas de ESIC (La atención recibida)
De forma global, exprese su grado de satisfacción con el Dpto. de Prácticas de ESIC (La gestión administrativa)

## 8.3 Evaluación del alumno con los programas de prácticas externas

Información recibida sobre los programas de prácticas externas de ESIC
Satisfacción con la amplitud de la oferta de prácticas en empresa
Información recibida acerca del proyecto formativo de tus prácticas externas (objetivos, actividades a realizar, criterios de evaluación...)
Procedimiento de selección y adjudicación de prácticas externas
Adecuación del momento de realización de las prácticas externas dentro del Plan de Estudios
Gestión y orientación prestada por el Departamento de Prácticas de ESIC
Adecuación de la estancia en la empresa o institución en relación con el periodo que estimas conveniente para tu formación práctica
Compatibilidad de las prácticas externas con las obligaciones académicas presenciales en la

# Informe Anual de la Titulación

## Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

### Curso Académico 2015/16

# ESIC Business & Marketing School

Universidad
Utilidad de la información sobre prácticas externas disponible en la web de ESIC
Acogida por parte de la empresa o institución en mi incorporación a las prácticas
Adecuación de las tareas encomendadas a la titulación cursada
Grado de satisfacción con el ambiente de trabajo durante el periodo de prácticas
Disponibilidad de medios para el desarrollo de las prácticas
Asesoramiento recibido durante el desarrollo de las prácticas externas
Atención brindada por el tutor académico cuando has necesitado que te dirigiera en el desarrollo de una tarea
Compromiso del tutor académico con el normal desarrollo del proyecto formativo
Sistema de evaluación académica de las prácticas externas
Acogida por parte del tutor de la empresa o institución
Organización de la actividad a desarrollar
Información proporcionada sobre la organización y funcionamiento de la empresa o institución y sobre la normativa de interés
Formación complementaria que el tutor te ha proporcionado para la realización de las prácticas
Atención brindada por el tutor de la empresa o institución cuando has necesitado que te dirigiera en el desarrollo de una tarea
Seguimiento y supervisión por parte del tutor de la empresa o institución
Adquisición y desarrollo de competencias profesionales
Grado de relación entre las competencias adquiridas en la titulación y en las prácticas externas
Grado de posibilidad de aplicar en las prácticas los conocimientos adquiridos en tu titulación
Orientación profesional recibida durante la realización de las prácticas
Satisfacción con el cumplimiento del proyecto formativo de las prácticas externas
Valor añadido por las prácticas a la formación académica
Una vez finalizadas las prácticas externas ¿en qué medida han aumentado tus expectativas de obtener un empleo?
Satisfacción general con la empresa o institución donde has realizado las prácticas externas
Satisfacción general con el tutor de la empresa o institución

Informe Anual de la Titulación  
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)  
Curso Académico 2015/16  
**ESIC Business & Marketing School**

Satisfacción general con el tutor académico de ESIC
Coordinación tutor académico - tutor externo - estudiante
Satisfacción general con el Dpto. de Prácticas de ESIC
Satisfacción global con las prácticas externas
<b>Sugerencias para la mejora del proceso de información y asignación:</b>
<b>Sugerencias para mejorar la estancia en la entidad de prácticas:</b>
<b>Sugerencias para la mejora de la actividad del tutor interno:</b>
<b>Sugerencias para la mejora de la actividad del tutor externo:</b>
<b>Indica qué competencias crees haber adquirido durante el desarrollo de las prácticas:</b>
<b>Sugerencias para mejorar el proceso general de los programas de prácticas:</b>

**ANEXO 9: Satisfacción programas de movilidad**

Satisfacción general con la experiencia de movilidad Erasmus
Satisfacción con la calidad de los cursos
Satisfacción con los métodos de enseñanza
Satisfacción con el apoyo recibido en el proceso de aprendizaje