

Memoria Anual del Programa

Grado en Marketing (ESIC)

Curso Académico 2016-2017



CONTENIDOS

DIMENSIÓN 1. GESTIÓN DEL TÍTULO	5
Criterio 1. Organización y desarrollo	5
1. DATOS DE MATRÍCULA	5
1.1. Plazas de nuevo ingreso ofertadas	5
1.2. Número de alumnos matriculados	5
1.3. Número de alumnos matriculados en los diferentes cursos académicos	5
1.4. Vía de acceso al primer curso de los estudios.....	5
1.5. Nota media de acceso (PAU)	6
1.6. Tamaño de los grupos	6
1.7. Mecanismos de coordinación docente.....	6
Criterio 2. Información y transparencia	7
Criterio 3. Sistema de garantía interno de calidad (SGIC)	8
2. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	8
2.1. Situación del sistema: modificaciones realizadas.....	8
2.2. Quejas y reclamaciones	8
2.2.1. <i>Resumen de incidencias, sugerencias y reclamaciones recibidas</i>	8
2.2.2. <i>Resumen de incidencias, sugerencias y reclamaciones recibidas (por temas)</i>	9
2.2.3. <i>Análisis de incidencias, sugerencias y reclamaciones</i>	9
DIMENSIÓN 2. RECURSOS	10
Criterio 4. Personal académico	10
3. PROFESORADO	10
3.1. Datos profesorado	10
3.1.1. <i>Promedio de dedicación al título del profesorado</i>	10
3.1.2. <i>Categoría del profesorado</i>	10
3.1.3. <i>Ratio alumnos/profesor</i>	10
3.1.4. <i>Participación del profesorado en proyectos en innovación docente</i>	11
<i>DEPARTAMENTO DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS (VALENCIA)</i>	11
IX Workshop de Estrategia Empresarial de ACEDE.....	12
3.2. Calidad del profesorado	13
3.2.1. <i>Número de profesores/materia evaluados</i>	14
3.2.2. <i>Resultados de evaluación parcial del profesorado</i>	14
3.2.3. <i>Resultados de evaluación completa del profesorado</i>	14
3.2.4. <i>Cursos de formación</i>	15
Criterio 5. Personal de apoyo, recursos materiales y servicios	15
4. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS	15
4.1. Calidad de las prácticas externas	15
4.1.1. <i>Evaluación de las prácticas externas</i>	15
4.1.2. <i>Entidades externas donde se han realizado las prácticas</i>	15
4.1.3. <i>Análisis calidad prácticas externas</i>	16
4.2. Calidad del programa de movilidad	16

4.2.1.	<i>Evaluación del programa de movilidad</i>	16
4.2.2.	<i>Destino de alumnos outgoing</i>	16
4.2.3.	<i>Origen de alumnos incoming</i>	16
4.2.4.	<i>Análisis calidad programa de movilidad</i>	16
Criterio 6. Resultados de aprendizaje		16
5.	MEMORIA DE ACTIVIDADES	16
5.1.	Actividades destacadas	16
5.2.	Actividades realizadas con empresas y otras entidades externas	19
5.3.	Principales hitos del curso académico	19
6.	EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE	20
6.1.	Distribución de calificaciones	20
6.2.	Distribución de calificaciones por materia	20
6.3.	Tasas de rendimiento	21
6.4.	Tasa de rendimiento por materia	22
6.5.	Tasa de éxito por materia	22
6.6.	Tasa de evaluación por materia	23
6.7.	Alumnos egresados	24
6.8.	Conclusiones Junta de Evaluación	24
6.9.	Acciones implementadas para fomentar la participación de estudiantes en el proceso de aprendizaje	24
6.10.	Análisis evaluación del aprendizaje	25
Criterio 7. Indicadores de satisfacción y rendimiento		26
7.	INDICADORES DE SATISFACCIÓN Y RENDIMIENTO	26
7.1.	Satisfacción de los alumnos	26
7.1.1.	<i>Encuestas de evaluación</i>	26
7.1.2.	<i>Reuniones de delegados</i>	27
7.1.3.	<i>Análisis satisfacción alumnos</i>	28
7.2.	Satisfacción de los egresados	29
7.2.1.	<i>Encuestas de evaluación</i>	29
7.2.2.	<i>Análisis satisfacción de egresados</i>	29
7.3.	Satisfacción del personal docente	29
7.3.1.	<i>Encuesta de satisfacción de los profesores con el programa</i>	29
7.3.2.	<i>Reuniones de planificación, coordinación y evaluación</i>	31
7.3.3.	<i>Análisis satisfacción del profesorado</i>	31
7.4.	Satisfacción del personal no docente	32
7.4.1.	<i>Reuniones de personal no docente</i>	32
7.4.2.	<i>Análisis satisfacción personal no docente</i>	32
7.5.	Inserción laboral de los graduados	33
7.5.1.	<i>Datos inserción laboral al finalizar los estudios</i>	33
7.5.2.	<i>Análisis inserción laboral</i>	33
Orientación a la mejora		33

8.	SATISFACCIÓN DE AGENTES EXTERNOS.....	33
8.1.	Evaluador externo	33
8.2.	ACPUA.....	33
9.	PROPUESTAS DE MEJORA.....	34
9.1.	Mejoras implantadas durante el curso académico 2016-2017.....	34
9.2.	Propuestas de mejora para el curso académico 2017-2018.....	34
	ANEXO 1: CUADRO DE INDICADORES.....	37
	ANEXO 2: Comisión de Calidad del Grado en Marketing.....	39

DIMENSIÓN 1. GESTIÓN DEL TÍTULO

Criterio 1. Organización y desarrollo

1. DATOS DE MATRÍCULA

1.1. Plazas de nuevo ingreso ofertadas

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Número de plazas de nuevo ingreso	25	-	-	-	-	-
Nº de grupos de teoría en 1º	1	-	-	-	-	-
Número de pre-inscripciones	30	-	-	-	-	-
RATIO PLAZAS DEMANDADAS / OFERTADAS	120%	-	-	-	-	-

1.2. Número de alumnos matriculados

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Alumnos de nuevo ingreso en primer curso	23	-	-	-	-	-
Alumnos de nuevo ingreso en otros cursos	NP	-	-	-	-	-
Alumnos matriculados curso anterior	NP	-	-	-	-	-
Graduados curso anterior	NP	-	-	-	-	-
Bajas	0	-	-	-	-	-
TOTAL	23	-	-	-	-	-

1.3. Número de alumnos matriculados en los diferentes cursos académicos

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Nº alumnos matriculados en 1º	23	-	-	-	-	-
Nº alumnos matriculados en 2º	NP	-	-	-	-	-
Nº alumnos matriculados en 3º	NP	-	-	-	-	-
Nº alumnos matriculados en 4º	NP	-	-	-	-	-

1.4. Vía de acceso al primer curso de los estudios

VÍA DE ACCESO	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
PAU	21	-	-	-	-	-
Bachillerato sin PAU	0	-	-	-	-	-
Formación Profesional	1	-	-	-	-	-
Con título universitario	0	-	-	-	-	-
Mayores de 25 años	0	-	-	-	-	-
Mayores de 40 años	0	-	-	-	-	-

Convalidación estudios extranjeros	1	-	-	-	-	-
Otros casos	0	-	-	-	-	-
TOTAL	23	-	-	-	-	-

1.5. Nota media de acceso (PAU)

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Nota de corte PAU	5,0	-	-	-	-	-
Nota media de acceso	6,2	-	-	-	-	-

1.6. Tamaño de los grupos

El número de plazas de nuevo ingreso ofertadas durante los cuatro años de implantación son de 25 alumnos, formándose un único/a curso/clase a excepción de English for Business que se han realizado 2 grupos según el nivel que tenían.

El reducido número de alumnos, permite intensificar la personalización y seguimiento a cada uno de ellos, sabiendo en todo momento, qué alumnos, salvo rara excepción, iban a superar con éxito las asignaturas y quiénes no.

De esta manera nos permite también desarrollar un Plan de acción tutorial potenciando, además de todos los conocimientos necesarios para desarrollar su futuro profesional, las habilidades y competencias que necesita un director de marketing en la actualidad.

1.7. Mecanismos de coordinación docente

Un hito importante para la mejora de la coordinación docente es la creación de una normativa específica al respecto con fecha 30/06/2014, detallada en la Política de Coordinación Docente del Sistema Interno de Garantía de Calidad (SIGC) de ESIC (ver <http://www.esic.edu/calidad/pdf/politica-de-coordinacion-asignaturas-modulos-en-grado-y-postgrado-esic-ed-0-firmada.pdf>), donde se establecen los mecanismos de coordinación horizontal y vertical, aplicables a todos sus Grados

La coordinación del profesorado durante este primer año se ha realizado a través de:

- Director de departamento. Se encarga de autorizar el contenido de la guía docente, teniendo en cuenta la Memoria vigente del Título. Anualmente realizan una visita al campus para reunirse con todos los profesores, para contarles de primera mano las novedades del departamento y analizar sus comentarios
- Reuniones con profesores de cada semestre. A mitad del semestre, se pide a los profesores un feed-back de la clase y se pone en común ante el tutor de cada curso.
- Reuniones entre profesores / director Titulación: se promueven reuniones entre profesores que dan asignaturas complementarias, para evitar solapes y seguir un mismo hilo conductor en las clases.

- Jornadas anuales de departamentos / cursos de verano: anualmente se realizan jornadas de trabajo, donde están presentes la mayor parte de profesores de cada departamento. Reciben formación de las nuevas tendencias y comparten buenas prácticas.
- Claustro de profesores: haciéndolo coincidir con la inauguración, se convoca a un claustro a todos los profesores, para presentar las novedades institucionales y del área de grado.

Criterio 2. Información y transparencia

La información sobre cualquier titulación de grado de la Universidad San Jorge está organizada en dos tipologías generales:

1. Información abierta.
2. Información de acceso restringido a alumnos matriculados en la titulación correspondiente.

La información abierta consiste en toda la información acerca de la titulación publicada en la página **web** de la Universidad de San Jorge, en la página web del centro adscrito ESIC, en páginas web o aplicaciones de otras organizaciones (RUCT, ANECA, SIIU, CRUE, etc.) y en **folletos y otro material impreso**. Evidentemente todo el público en general tiene acceso libre a la información en la página web y cualquier persona que así lo solicita tendrá acceso a la información publicada en otros formatos.

La información de acceso restringido se trata de información más específica sobre los contenidos y organización del plan de estudios de la titulación por lo que únicamente los alumnos matriculados en la titulación tendrán acceso a la misma. La información está publicada en la intranet de la Universidad – la Plataforma Docente Universitaria (**PDU**) – en zonas específicas dedicadas a **Secretaría Académica** y otros departamentos y servicios del centro, como Calidad.

Los soportes de información que se utilizan son: página web, folletos publicitarios, guía informativa, guía de acceso, admisión y matrícula, plataforma docente universitaria (PDU), guía académica y guía docente.

Para más información sobre la Titulación, ver el siguiente link:

<https://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing-zaragoza/>

Publicación de guías docentes en la web

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

% GUÍAS DOCENTES PUBLICADAS EN PLAZO	SEPTIEMBRE 2017		CURSO 2017-2018	
	GUÍAS MATERIAS IMPARTIDAS	GUÍAS MATERIAS NO IMPARTIDAS	GUÍAS MATERIAS IMPARTIDAS	GUÍAS MATERIAS NO IMPARTIDAS
60,0%*	1º	2º, 3º, 4º	1º, 2º	3º, 4º

*Las guías docentes del curso 2016-17, en el primer semestre (4) no fueron publicadas antes del inicio del mismo, en cambio las del segundo semestre (6) sí se publicaron antes del inicio del semestre, por eso el dato del 60%.

Propuesta de Mejora al Indicador

Mejora: Publicación de guías docentes que permita cumplir con la obligación de disponer de ellas en la web al inicio de cada semestre.

Causa: Porcentaje de Guías Docentes publicadas en plazo bajo

Acciones a desarrollar: Aprobación de las Guías Docentes en los plazos establecidos

Responsables: Dirección Académica del Campus, Directores de Departamento.

Procedencia de la Mejora: Dirección Académica

Área de aplicación: Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.001

Indicador: Porcentaje de Guías Docentes publicadas con respecto al curso anterior

Criterio 3. Sistema de garantía interno de calidad (SGIC)

2. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. Situación del sistema: modificaciones realizadas

A lo largo del curso 2016-2017 se han realizado modificaciones en el sistema de gestión para adaptar éste a la nueva versión de las normas de calidad y medio ambiente. Se ha actualizado la documentación existente necesaria del sistema de gestión para adecuarla a los nuevos requisitos. Además, se ha creado nueva documentación según las necesidades detectadas por las distintas áreas, fruto o no de esta actualización a la nueva versión de las normas, que se ha añadido al sistema de gestión.

Sistema de Garantía Interna de Calidad de ESIC:

<https://www.esic.edu/calidad/>

Comisión de Titulación del Grado en Marketing. ESIC:

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

2.2. Quejas y reclamaciones

2.2.1. Resumen de incidencias, sugerencias y reclamaciones recibidas

TIPO	ALUMNOS	PERSONAL DOCENTE	PERSONAL NO DOCENTE	OTROS	TOTAL
Sugerencias	3	0	0	0	3
Incidencias	0	0	0	0	0
Reclamaciones	0	0	0	0	0
Agradecimiento	0	0	0	0	0
Comentario	2	0	0	0	2
Consulta	0	0	0	0	0
No conformidad	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0
Queja	0	0	0	0	0
Queja ambiental	0	0	0	0	0
TOTAL					5

2.2.2. *Resumen de incidencias, sugerencias y reclamaciones recibidas (por temas)*

TEMA	TOTAL
Cafetería	1
Deportes	1
Transporte	0
Docencia	2
Ordenación académica	0
Plan de estudios	0
Prácticas externas	0
Movilidad	1
Otros	1
TOTAL	5

2.2.3. *Análisis de incidencias, sugerencias y reclamaciones*

Cabe destacar que ninguna de las incidencias, sugerencias o reclamaciones recibidas, han sido tramitadas bajo los buzones oficiales que pone la Escuela a disposición de los alumnos, todas ellas han sido por medio de delegados.

Propuesta de Mejora al Indicador

Mejora: Comunicación e información sobre el Buzón de Sugerencias virtual, a todos los grupos de interés.

Causa: No ha existido ninguna solicitud a través del Buzón

Acciones a desarrollar: Acciones de comunicación desde la Unidad de Calidad vía mail y comunicación en el aula.

Responsables: Unidad de Calidad, Responsables de Calidad del Campus, Comisión de Titulación

Procedencia de la Mejora: Unidad de Calidad

Área de aplicación: Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.002

Indicador: Nº de sugerencias, quejas y felicitaciones que llegan a través del Buzón, con respecto al año anterior

A continuación, se detallan las mejoras propuestas por los alumnos, a través de los Delegados del grupo.

Sugerencia 1: Implantar una fuente de agua.

Se está analizando la posibilidad de que salga agua de la máquina de hielo. Se está dilatando la solución, ya que las máquinas de vending tienen que contrastarlo con sus proveedores.

Sugerencia 2: Implantar un club deportivo.

Como primera medida se ha realizado un equipo de fútbol y se está abierto a nuevas propuestas para fomentar la unión fuera del aula.

Movilidad 1: Profundizar en Programas de Movilidad.

Tuvo lugar el 18 de octubre una reunión con Antonio Alcántara, Responsable de la Oficina de Internacional, donde se informó de los posibles destinos por los convenios firmados con Universidades extranjeras, el procedimiento a seguir etc.

Otros 1: Taller sobre economía y emprendimiento.

A principio de curso se realizó un taller de 20 horas exclusivo para los alumnos de segundo curso.

DIMENSIÓN 2. RECURSOS

Criterio 4. Personal académico

3. PROFESORADO

3.1. Datos profesorado

3.1.1. Promedio de dedicación al título del profesorado

2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
100,0%	-	-	-	-	-

3.1.2. Categoría del profesorado

% profesores en cada categoría

	PREVISIÓN MEMORIA DE VERIFICACIÓN*	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
% doctores acreditados	61,7%	10%	-	-	-	-	-
% doctores no acreditados		30%	-	-	-	-	-
% doctorandos	38,3%	30%	-	-	-	-	-
% licenciados/diplomados		30%	-	-	-	-	-

()Previsión para implantación completa de la titulación*

% ECTS impartidos por cada categoría

	PREVISIÓN MEMORIA DE VERIFICACIÓN	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
% doctores acreditados	61,0%	10%	-	-	-	-	-
% doctores no acreditados		35%	-	-	-	-	-
% doctorandos	39,0%	35%	-	-	-	-	-
% licenciados/diplomados		20,0%	-	-	-	-	-

() Previsión para implantación completa de la titulación.*

3.1.3. Ratio alumnos/profesor

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Alumnos matriculados EJC	19,2	-	-	-	-	-
PDI EJC	1,7	-	-	-	-	-
RATIO ALUMNOS/PROFESOR	11,3	-	-	-	-	-

3.1.4. Participación del profesorado en proyectos en innovación docente

PROYECTO	MATERIA	PROFESORES PARTICIPANTES
<p>Fecha: 23, 24 y 25 de junio Lugar: Valencia Título: "VI Encuentro de profesores del Departamento de Dirección de Empresas". Asistentes: 23 Ponencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ponencia: innovación pedagógica y entornos compartidos Maite Palomo (Coordinadora del Departamento) Ponencia: profesoresporel mundo.com Andrés Gómez (Campus de Pozuelo) Mesa Redonda: el alumno en el centro de todos los campus. Jesús Álvarez (Campus Barcelona) Esther Casares (Campus de Pamplona) Naiara Escribá (Campus de Valencia) Eugenio gamito (Campus de Sevilla) Pedro Mata (Campus de Zaragoza) Maruchy de Obesso (Campus de Pozuelo) <p>Moderador: Abel Monfort (Campus de Pozuelo)</p> <ul style="list-style-type: none"> Mesa redonda: ¿cómo investigar y no morir en el intento? Antonio Martín (Campus de Pozuelo), Abel Monfort (Director del Departamento), Belén López (Campus de Pozuelo) <p>Moderador: Fernando Chust (Campus de Valencia).</p> <ul style="list-style-type: none"> Networking y actividades culturales por valencia 	<p>DEPARTAMENTO DE DIRECCIÓN DE EMPRESAS (VALENCIA)</p>	<p>Pedro Mata García</p>
<p>Fecha: 1 y 2 de Julio Lugar: Salamanca. Título: "el VIII encuentro de profesores del Departamento de Dirección de Marketing" Asistentes: 23 Ponencias: PONENCIA:</p> <ul style="list-style-type: none"> Buenas prácticas / Innovación <ul style="list-style-type: none"> Lisardo de Pedro = Simulador Alberto Alcalde = Carem + Predator canal no oficial Ana Gómez/ Pedro García Oliva = Practica inter-campus Nuevas tendencias <ul style="list-style-type: none"> Pilar Sánchez = De las 4p's a las 6 f's (Halal) Jesús Centenera = Multiculturalidad+MK Roberto Muñoz = Millennials y MK Emma Sands = Teoría del caos: Departamento de Marketing Internacional global. Oscar Vega = Eprendi-Miento Luis Sánchez = Student Centered Learning Method Investigación. Mesa redonda: <ul style="list-style-type: none"> Quiero ser doctor = Antonio, Pilar, José Manuel, Alberto, Ana, Ruth, Jordi y Alfredo (si es reciente) Quiero ser investigador = Susana, Jesús Centenera La investigación en el departamento = José Manuel 	<p>DEPARTAMENTO DE MARKETING (SALAMANCA)</p>	<p>Juan Delgado de Miguel</p>
<p>Fecha: 7 y 8 de Julio Lugar: Salamanca Título: "Unidos por la ética." Asistentes: 26 de casi todas las sedes del Área de Grado de ESIC. Cuentan también con la asistencia y participación activa del P. Simón Reyes, SCJ, Presidente de Honor de la Junta Directiva de ESIC Ponencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> Diversidad de género. Nuevas perspectivas (Daniel Patricio, ESIC Pozuelo) La evolución laboral y empresarial desde diferentes ópticas (Jordi Villoro, ESIC Barcelona) Valores: ¿necesidad o virtud? (José M^a Juan, ESIC Pozuelo) 	<p>DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y DERECHO (SALAMANCA)</p>	<p>Victor Laguna Pardo</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Intercambio de experiencia docente por áreas de conocimiento: Sociología y Psicología, Ética y PSC, Historia y Derecho • Entrevista al D. Simón REYES, SCJ (Presidente de Honor de ESIC) 		
<p>Fecha: 16 y 17 de junio Lugar: Salamanca Título: "Global Trends en Comunicación y Publicidad." Asistentes: 19 Ponencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La importancia de la comunicación institucional. Hacia el Observatorio de la Comunicación Institucional en España. Líneas de Investigación. (Prof: Julio Alard, ESIC Pozuelo) • Propuesta de Foro de Comunicación Política. Líneas de Investigación (Prof: Jorge Conde, ESIC Pozuelo) • Propuesta para la Dirección General de la Corporación Valenciana de Medios de Comunicación. (Prof. Ricardo Cobo / Prof. Benjamín Marín) • Desing Thinking. Metodología y aplicación en la mejora del aprendizaje y construcción de contenidos para los alumnos de Comunicación, Publicidad y Marketing. (Prof: Carlos Navarro, ESIC Pozuelo) • Kahoot + Wix una experiencia para la integración de las nuevas tecnologías en la didáctica docente universitaria. (Prof: Alicia Tapia, ESIC Pozuelo) • Mesa Redonda: Creatividad en las aulas. Innovación Pedagógica en la formación de los futuros publicitarios. ¿Y a ti qué te funciona en clase? • La música como factor de recuerdo y significado en las estrategias de publicidad en las empresas. (Prof: Francisco Moreno, ESIC Pozuelo) • Engagement y Fuerzas Armadas. Una reflexión sobre el liderazgo y el compromise. (Prof. Ángel Luis Cervera, ESIC Pozuelo) • Comunicación y protocolo empresarial (Prof: Ruth Fernández, ESIC Pozuelo) • El artista como generador de contenido inmaterial (Prof: Pedro Galván, ESIC Pozuelo) • Apps para vender moda. Caso Mystilo. (Prof. Julio Alard, ESIC Pozuelo) • Debate: Nuevas líneas de investigación en comunicación. • La Comunicación Experiencial a través de los canales digitales. ¿Cómo generar experiencias a través de los canales digitales? 	<p>DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD (SALAMANCA)</p>	<p>María Gómez Campillo</p>
<p>IX Workshop de Estrategia Empresarial de ACEDE A destacar por su implicación en la innovación docente, la participación en el seminario: 12:15 - 14:15 PDW: "Experiencias y nuevas tendencias en la docencia de estrategia" Presenta: Vicente Salas (Universidad de Zaragoza) Ponente: Javier Gimeno (INSEAD)</p>	<p>Economía de la empresa</p>	<p>Pedro Mata García</p>

Propuesta de Mejora al Indicador

Mejora: Innovación Docente en el Aula.

Causa: Incrementar las Actividades de Innovación Docente

Acciones a desarrollar: Realizar Cursos de Innovación Docente para su puesta en marcha en el Aula

Responsables: Dirección Académica del Campus y Dirección del Área de Grado.

Procedencia de la Mejora: Dirección Académica del Campus

Área de aplicación: Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.003

Indicador: Análisis de actividades de Innovación Docente por parte del Profesorado del Título

3.2. Calidad del profesorado

Se evalúa la calidad del profesorado mediante el Procedimiento de Evaluación y Mejora de la Actividad Docente del Profesorado de Grado (PEM5). El procedimiento ha sido verificado por ANECA dentro del Programa DOCENTIA.

Los resultados de evaluación parcial del profesorado se han obtenido de las encuestas realizadas a los alumnos en cada semestre.

Se han tomado los siguientes intervalos

- Excelente: 9,6 – 10,0
- Muy bueno: 9,0 – 9,5
- Bueno: 7,0 – 8,9 (9 profesores)
- Adecuado: 5,0 – 6,9 (1 profesor)
- Deficiente: 1,0 – 4,0

A continuación, se analizan los resultados obtenidos en las encuestas de valoración de la Actividad Docente, en base a los siguientes aspectos:

PLANIFICACIÓN de la actividad docente

1. La información facilitada por el profesor (guía docente) ha resultado útil (media 7.53)
2. Se ha coordinado adecuadamente tareas teóricas y prácticas (media 7.65)
3. Las documentaciones se ajustan al contenido de la asignatura (media 7.92)
4. El profesor prepara, organiza y estructura las actividades en clase (media 8.10)

DESARROLLO de la actividad docente

5. El profesor explica con claridad y resalta conceptos importantes (media 8.01)
6. El profesor resuelve las dudas y orienta a los alumnos en el aula (media 8.34)
7. El profesor consigue despertar interés por los diferentes temas tratados (media 7.42)
8. El profesor favorece la participación de los estudiantes en el aula (media 7.96)
9. Muestra respeto ante comentarios y opiniones de los demás (media 8.44)
10. Se muestra accesible y receptivo para resolver dudas fuera del aula (media 8.25)

RESULTADOS E INNOVACIÓN de la actividad docente

11. La estructura de evaluación se ajusta a lo indicado en la guía docente (media 8.04)
12. El profesor ha mejorado mis conocimientos y habilidades (media 7.93)
13. El profesor ha transmitido valores de desarrollo humano (media 7.46)
14. El profesor ha sido innovador en algún aspecto de la actividad docente (media 7.31)

VALORACIÓN GLOBAL de la actividad docente

15. Globalmente puede ser considerado como un buen profesor (media 8.01)

Los resultados obtenidos en la valoración de los ítems se consideran adecuados al tener desviaciones por debajo de 2,5 lo que se depende resultados que representan al grupo encuestado.

Con todo esto podemos afirmar que los resultados han sido buenos, ya que cinco profesores están por encima del 8 y ninguno se le puede considerar como deficiente. Además, en el ítem nº 15, que muestra si el alumno considera que es un buen profesor, ha obtenido una calificación por encima de ocho seis profesores, por encima de siete tres y solo uno ha obtenido un 6,1.

Pero sobre todo los comentarios cualitativos que hemos recibido en reuniones de delegados, en tutorías individuales y en la de fin de curso, nos hacen pensar que la elección y desempeño del profesorado ha sido la adecuada, sabiendo qué mejoras tenemos que implantar en cada uno de ellos. Opiniones que consideramos muy relevantes, ya que nueve alumnos han tenido algún contacto anterior en otras universidades o centros de educación superior, pudiendo comparar la metodología y aprendizaje con nuestro grado.

3.2.1. Número de profesores/materia evaluados

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Número de profesores/materias	10	-	-	-	-	-
Número de profesores/materias sometidos a evaluación	10	-	-	-	-	-
% PROFESORES EVALUADOS	100,0%	-	-	-	-	-

3.2.2. Resultados de evaluación parcial del profesorado

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Número de profesores/materias	10	-	-	-	-	-
Número de profesores/materias sometidos a evaluación	10	-	-	-	-	-
% profesores sometidos a evaluación parcial	100,0%	-	-	-	-	-
Valoración: Excelente	0	-	-	-	-	-
Valoración: Muy bueno	0	-	-	-	-	-
Valoración: Bueno	9	-	-	-	-	-
Valoración: Adecuado	1	-	-	-	-	-
Valoración: Deficiente	0	-	-	-	-	-
Baja tasa de respuesta	0	-	-	-	-	-
VALORACIÓN MEDIA TITULACIÓN	7,9	-	-	-	-	-
VALORACIÓN MEDIA CENTRO	7,9	-	-	-	-	-

3.2.3. Resultados de evaluación completa del profesorado

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
--	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Número de profesores sometidos a evaluación completa	NP	-	-	-	-	-
Valoración: Excelente	NP	-	-	-	-	-
Valoración: Muy bueno	NP	-	-	-	-	-
Valoración: Bueno	NP	-	-	-	-	-
Valoración: Adecuado	NP	-	-	-	-	-
Valoración: Deficiente	NP	-	-	-	-	-
Baja tasa de respuesta	NP	-	-	-	-	-
VALORACIÓN MEDIA TITULACIÓN	NP	-	-	-	-	-
VALORACIÓN MEDIA CENTRO	NP	-	-	-	-	-

3.2.4. Cursos de formación

DENOMINACIÓN	OBJETIVO	HORAS
PDU	Enseñar el manejo de la plataforma docente de USJ	2
GDWeb	Enseñar el manejo de la plataforma de gestión docente al nuevo profesorado	2
Moodle	facilitación de Guías Docentes, subida de la Documentación de la asignatura, solicitud y entrega de Trabajos Obligatorios, con el consiguiente pase del Sistema Antiplagio (Turnitin), Plantillas de Evaluación Continua	4
Metodología ESIC	Explicar procedimiento de faltas, evaluación continua, organización académica.	2

Criterio 5. Personal de apoyo, recursos materiales y servicios

4. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

4.1. Calidad de las prácticas externas

La calidad del programa de prácticas se evalúa mediante el Procedimiento de Evaluación y Mejora del Programa de Prácticas Externas (PEM3).

4.1.1. Evaluación de las prácticas externas

	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Número de alumnos matriculados en la materia de prácticas externas	NP	-	-	-	-	-
Número de alumnos que han realizado prácticas externas	NP	-	-	-	-	-
Número de alumnos que han superado la materia de prácticas externas	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción de los alumnos con el programa de prácticas externas	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción del tutor con el programa de prácticas externas	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción de la entidad con el programa de prácticas externas	NP	-	-	-	-	-

4.1.2. Entidades externas donde se han realizado las prácticas

ENTIDAD EXTERNA	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	Satisfacción del alumno
-----------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-------------------------

No procede	NP	-	-	-	-	NP
------------	----	---	---	---	---	----

4.1.3. Análisis calidad prácticas externas

No procede.

4.2. Calidad del programa de movilidad

La calidad del programa de movilidad se evalúa mediante el Procedimiento de Evaluación y Mejora del Programa de Movilidad (PEM4).

4.2.1. Evaluación del programa de movilidad

	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Número de alumnos participantes (outgoing)	NP	-	-	-	-	-
% de alumnos participantes (outgoing)	NP	-	-	-	-	-
Número de destinos	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción de los alumnos con el programa de movilidad (outgoing)	NP	-	-	-	-	-
Número de alumnos no propios acogidos (incoming)	NP	-	-	-	-	-
Número de orígenes	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción de los alumnos con el programa de movilidad (incoming)	NP	-	-	-	-	-

4.2.2. Destino de alumnos outgoing

DESTINO	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	Satisfacción del alumno
No procede	NP	-	-	-	-	NP
TOTAL	NP	-	-	-	-	

4.2.3. Origen de alumnos incoming

ORIGEN	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
No procede	NP	-	-	-	-	-
TOTAL	NP	-	-	-	-	-

4.2.4. Análisis calidad programa de movilidad

No procede.

Criterio 6. Resultados de aprendizaje

5. MEMORIA DE ACTIVIDADES

5.1. Actividades destacadas

Las clasificamos en tres, aquellas exclusivas para los alumnos, las obligatorias y las recomendadas:

- ACTIVIDAD EXCLUSIVA: SEMINARIO SOBRE EMPRENDIMIENTO

Objetivos: Con el objetivo fundamental de que los alumnos conocieran el proceso de desarrollo de un negocio, desde la generación de una idea hasta la obtención de financiación, se ha desarrollado un seminario sobre emprendimiento.

El seminario se desarrolló a lo largo de 5 días, dividiendo las actividades en bloques y facilitando la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos.

El contenido de las distintas sesiones ha sido el siguiente

DÍA 1 MODELOS DE INNOVACIÓN (IDEA) + Trabajo en grupo (LUNES 11 SEPTIEMBRE: 16.00 – 20.00 HS)

PONENTE: PEDRO PARDO – gerente de la unidad de emprendedores del IAF (instituto aragonés de fomento) y director de la fundación emprender en Aragón

DÍA 2 MODELOS DE NEGOCIO + Trabajo en grupo (MARTES 12 SEPTIEMBRE: 16.00 – 20.00 HS)

PONENTE: JUAN CARLOS SALAS – socio en Alegría Activity Manufacturing / Tutor EMBA ESIC

DÍA 3 FINANCIACIÓN (CASH FLOW). PREPARACIÓN DEL PITCH + Trabajo en grupo (MARTES 19 SEPTIEMBRE: 16.00 – 20.00 HS)

PONENTE: PEDRO MATA – Coordinador ESIC Emprendedores Aragón / Tutor EMBA ESIC

DÍA 4 BÚSQUEDA DE FINANCIACIÓN + Trabajo en grupo (MIÉRCOLES 20 SEPTIEMBRE: 16.00 – 18.00 HS)

PONENTE: JULIO NAVARRO– Técnico en Gestión de promoción de empleo en Diputación General de Aragón (Instituto Aragonés de Empleo)

DÍA 4 MESA REDONDA (MIÉRCOLES 20 SEPTIEMBRE: 18.00 – 20,00 HS)

PONENTES: CARLOS LARRAZ – CEO en Funiglobal

CARLOS SÁNCHEZ BROTO – Director de Negocio Fútbol Emotion MODERA: PEDRO MATA

DÍA 5 PITCH FINAL (LUNES 25 SEPTIEMBRE: 18.00 – 20,00 HS)

Objetivos alcanzados: Conocimiento del proceso de generación de ideas y modelos de negocio. Cálculo de las necesidades de financiación y de formas de acceso a la financiación pública y privada. Conocimiento de casos de éxito y cómo preparar y realizar un 'pitch' para conseguir financiación.

- ACTIVIDADES OBLIGATORIAS

1. *La influencia del Brexit en España y Aragón.*

Viernes 23 de septiembre de 2016 (9.30-11.30). Patio de la infanta de Ibercaja

Ponente: Mario Weitz. Consultor del Banco Mundial y profesor de ESIC experto en entorno económico, mercados financieros, comercio exterior y negocios internacionales. Reconocido conferenciante internacional en el área de macro economía y ex Consejero Delegado en el Fondo Monetario Internacional.

2. *Perspectivas de la economía mundial y su efecto en España después del Brexit y Donald Trump.*

Jueves 30 de marzo de 2017 (19.00-20.30). ESIC Zaragoza

Ponente: Mario Weitz. Consultor del Banco Mundial y profesor de ESIC experto en entorno económico, mercados financieros, comercio exterior y negocios internacionales. Reconocido conferenciante internacional en el área de macro economía y ex Consejero Delegado en el Fondo Monetario Internacional.

- ACTIVIDADES RECOMENDADAS

1. *Practice Day: aterrizando la estrategia.*

Martes 20 de junio de 2017 (19.00-20.30). ESIC Zaragoza

Ponente: Julian Montal. Director Iberia Saica Pack

Una visión cercana, sencilla y concreta para aproximarse a la planificación y la dirección estratégica. ¿Hacia dónde enfocamos el futuro en nuestras empresas? ¿Podemos seguir un patrón sencillo de trabajo para enfocar nuestros proyectos? En esta MasterClass abordaremos qué no podemos olvidar y cómo le ponemos datos y números a nuestras ideas para hacerlas realistas.

2. *Practice Day: la oportunidad digital para las empresas.*

Martes 6 de junio de 2017 (19.00-20.30). ESIC Zaragoza

Ponente: Juan Luis González. Director General en Orange3

Todo el mundo habla de la transformación digital, pero según decía el último informe elaborado por Capgemini y el MIT, apenas un 9% de las empresas puede considerarse digitalmente "diestras". ¿Cuál es el secreto? ¿Dónde reside la oportunidad? Estas y otras claves más son las que afrontaremos en la masterclass.

3. *PDigital Businext. La cumbre del negocio.*

Las últimas tendencias dentro de la Transformación Digital explicadas de manera sencilla

Martes 13 de junio de 2017 (9.00-14.00). Patio de la Infanta

Ponentes: Antonio Seijas (Izo)

Jesús Briones (CEPSA)

Juan Campos (Stigmergy)

Manuel Puente (DIA Group)

Pedro Diezma (Zerintia)

Víctor Royo (Ibercaja)

Luisa M^a Pérez (Logicalis Spain)

4. *Jornada de Excelencia*

Martes 31 de mayo de 2017 (19.00-20.30). ESIC Zaragoza

Ponentes: Víctor Sanz. General Manager de Saica Natur, vicepresidente de CEOE Zaragoza y miembro del Consejo de Empresas de Aragón (C.E.A.)

José Antonio Domingo. Director general y accionista de Martín&Martín, Patrono de la fundación Integración y Empleo, y Vicepresidente provincial de Cruz Roja.

Un año más, ESIC Zaragoza presenta la Jornada de Excelencia. No te pierdas las conferencias sobre dos enfoques y visiones diferentes del management empresarial de la mano de sus Directores Generales.

5. *Inycom: el valor de la excelencia.*

Jueves 11 de mayo de 2017 (19.30-21.00). ESIC Zaragoza

Ponente: Máximo Valenciano. Director general de INYCOM.

ESIC Aragón y el diario Expansión organizan, con el patrocinio de Renault Vearsa, la Casos Aragoneses de Éxito.

El objetivo principal de estas jornadas es mostrar y analizar algunos de los casos empresariales aragoneses de mayor éxito en la actualidad, a través de la exposición de la experiencia contada por sus propios protagonistas, con los que tendremos la oportunidad de debatir, intercambiar opiniones y solucionar dudas y consultas.

Inycom, con más de 35 años de experiencia, ofrece soluciones y servicios tecnológicos de valor añadido. Su decidida apuesta por la innovación, a través del desarrollo de proyectos de I+D+i, la calidad en la gestión mediante la aplicación de un sistema de gestión basado en la excelencia empresarial, y la creencia en las personas como generadoras de valor, han hecho de Inycom un referente en cada uno de los sectores a los que da servicio.

5.2. Actividades realizadas con empresas y otras entidades externas

Visita a las instalaciones SUMINISTROS INDUSTRIALES HERCO

Visita ARAGÓN TELEVISIÓN

Charla en clase. Noelia Palma, responsable de expansión de la cadena de franquicias restaurantes la mafia se sienta a la mesa

Charla en clase. Raúl Martínez, director comercial de distribuciones correas

5.3. Principales hitos del curso académico

- Claustro de profesores e inauguración
- Reuniones individuales con nuevos profesores
- Reuniones individuales alumnos cierre curso
- Presentación del Plan de Acción Tutorial (PAT) a Alumnos
- Presentación de la Oficina Internacional
- Reuniones Delegados
- Reuniones con Profesores de cada semestre
- Encuestas de Valoración de la Actividad Docente a los Alumnos del Título, en cada semestre
- Encuestas de valoración de la Titulación al Personal Docente y Personal de Administración y Servicios
- Cursos refuerzo a alumnos con PAU en septiembre
- Cursos de verano – Jornadas Departamentales

6. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

6.1. Distribución de calificaciones

CALIFICACIÓN	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
No presentado	0,9%	-	-	-	-	-
Suspenso	8,5%	-	-	-	-	-
Aprobado	42,9%	-	-	-	-	-
Notable	40,6%	-	-	-	-	-
Sobresaliente	5,8%	-	-	-	-	-
Matrícula de honor	1,3%	-	-	-	-	-

6.2. Distribución de calificaciones por materia

MATERIA	No presentado	Suspenso	Aprobado	Notable	Sobresaliente	Matrícula de honor
ECONOMÍA DE LA EMPRESA	0,0%	10,0%	55,0%	35,0%	0,0%	0,0%
ESTADÍSTICA APLICADA AL MARKETING	11,1%	38,9%	27,8%	22,2%	0,0%	0,0%
FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN	0,0%	9,5%	19,0%	66,7%	4,8%	0,0%
INFORMÁTICA	0,0%	0,0%	33,3%	47,6%	14,3%	4,8%
INGLÉS PARA LOS NEGOCIOS/ENGLISH FOR BUSINESS	0,0%	4,8%	52,4%	33,3%	4,8%	4,8%
INTRODUCCIÓN AL MARKETING	0,0%	25,0%	35,0%	20,0%	20,0%	0,0%
NEGOCIACIÓN COMERCIAL	0,0%	0,0%	42,9%	52,4%	4,8%	0,0%
PSICOLOGÍA	0,0%	0,0%	33,3%	66,7%	0,0%	0,0%

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	0,0%	5,3%	63,2%	26,3%	5,3%	0,0%
TÉCNICAS DE VENTA	0,0%	0,0%	57,1%	38,1%	4,8%	0,0%

6.3. Tasas de rendimiento

Tasa de rendimiento: Relación porcentual entre el número total de créditos superados y el número total de créditos matriculados en el programa

Tasa de abandono: Relación porcentual entre el número total de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso que debieron obtener el título el año académico anterior y que no se han matriculado ni en ese año académico ni en el anterior

Tasa de graduación: Porcentaje de estudiantes que finalizan el programa en el tiempo previsto en el plan de estudios o en un año académico más en relación a su cohorte de entrada

Tasa de eficiencia: Relación porcentual entre el número total de créditos del plan de estudios a los que debieron haberse matriculado a lo largo del programa el conjunto de graduados de un determinado año académico y el número total de créditos en los que realmente han tenido que matricularse

Tasa de éxito: Relación porcentual entre el número total de créditos superados y el número total de créditos presentados a evaluación en el programa

Tasa de evaluación: Relación porcentual entre el número total de créditos presentados a evaluación y el número total de créditos matriculados en el programa

TASA	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Tasa de rendimiento	88,4%	-	-	-	-	-
Tasa de abandono (10%*)	NP	-	-	-	-	-
Tasa de graduación (70%*)	NP	-	-	-	-	-
Tasa de eficiencia (65%*)	NP	-	-	-	-	-
Tasa de éxito	89,3%	-	-	-	-	-
Tasa de evaluación	99,0%	-	-	-	-	-

* Tasas estimadas en la Memoria de Solicitud de Verificación

6.4. Tasa de rendimiento por materia

Materia	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
ECONOMÍA DE LA EMPRESA	90,0%	-	-	-	-	-
ESTADÍSTICA APLICADA AL MARKETING	50,0%	-	-	-	-	-
FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN	90,5%	-	-	-	-	-
INFORMÁTICA	100,0%	-	-	-	-	-
INGLÉS PARA LOS NEGOCIOS/ENGLISH FOR BUSINESS	95,2%	-	-	-	-	-
INTRODUCCIÓN AL MARKETING	75,0%	-	-	-	-	-
NEGOCIACIÓN COMERCIAL	100,0%	-	-	-	-	-
PSICOLOGÍA	100,0%	-	-	-	-	-
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	94,7%	-	-	-	-	-
TÉCNICAS DE VENTA	100,0%	-	-	-	-	-

6.5. Tasa de éxito por materia

Materia	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
ECONOMÍA DE LA EMPRESA	90,0%	-	-	-	-	-
ESTADÍSTICA APLICADA AL MARKETING	56,3%	-	-	-	-	-
FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN	90,5%	-	-	-	-	-
INFORMÁTICA	100,0%	-	-	-	-	-
INGLÉS PARA LOS NEGOCIOS/ENGLISH FOR BUSINESS	95,2%	-	-	-	-	-

INTRODUCCIÓN AL MARKETING	75,0%	-	-	-	-	-
NEGOCIACIÓN COMERCIAL	100,0%	-	-	-	-	-
PSICOLOGÍA	100,0%	-	-	-	-	-
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	94,7%	-	-	-	-	-
TÉCNICAS DE VENTA	100,0%	-	-	-	-	-

6.6. Tasa de evaluación por materia

Materia	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
ECONOMÍA DE LA EMPRESA	100,0%	-	-	-	-	-
ESTADÍSTICA APLICADA AL MARKETING	88,9%	-	-	-	-	-
FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN	100,0%	-	-	-	-	-
INFORMÁTICA	100,0%	-	-	-	-	-
INGLÉS PARA LOS NEGOCIOS/ENGLISH FOR BUSINESS	100,0%	-	-	-	-	-
INTRODUCCIÓN AL MARKETING	100,0%	-	-	-	-	-
NEGOCIACIÓN COMERCIAL	100,0%	-	-	-	-	-
PSICOLOGÍA	100,0%	-	-	-	-	-
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	100,0%	-	-	-	-	-
TÉCNICAS DE VENTA	100,0%	-	-	-	-	-

6.7. Alumnos egresados

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Alumnos egresados	NP	-	-	-	-	-
Duración prevista de los estudios	NP	-	-	-	-	-
Duración media en los estudios	NP	-	-	-	-	-
VARIACIÓN	NP	-	-	-	-	-

6.8. Conclusiones Junta de Evaluación

En el primer año del Grado en Marketing USJ-ESIC, se desprenden resultados positivos en cuanto a la Evaluación del Aprendizaje.

Durante el curso 2017/2018 se hará seguimiento y análisis de los mismo con el objetivo de mantener estables dichos resultados, haciendo refuerzo en aquellas asignaturas cuyas tasas de rendimiento se sitúen por debajo del 65%.

Como conclusión, se destaca el buen ambiente que hay en el grupo, con los profesores y con el PAS, alcanzando, en la gran mayoría de los alumnos, los resultados de aprendizaje previstos y adquiriendo las competencias declaradas en la Memoria verificada del Título.

6.9. Acciones implementadas para fomentar la participación de estudiantes en el proceso de aprendizaje

Las acciones implementadas para fomentar la participación han sido aquellas que mejor se han ajustado a los contenidos y al grupo en base y ajustándose a lo declarado en la Memoria del Título.

En todas las asignaturas, el contenido práctico, la búsqueda de información, debates en clase, acercamiento de la realidad empresarial al aula etc. son aspectos muy bien valorados por los alumnos puesto que perciben el valor que les aportará con el objetivo de formar profesionales capaces de tomar la decisión más adecuada en base a la situación planteada.

Las metodologías docentes llevadas a cabo, explicación de conceptos, Casos Prácticos, y las tutorías aseguran los resultados de aprendizaje.

Se ha hecho refuerzo cuando se ha detectado que se requería

Trabajos en grupo fomentan la participación en el proceso de aprendizaje puesto que se complementan diferentes perfiles.

Los profesores han realizado tutorías, previa solicitud por parte del alumno, para aclarar conceptos y/o asentar conocimientos que le han permitido a posteriori seguir adecuadamente la asignatura.

Además, cabe destacar las actividades llevadas a cabo complementarias las cuales han sido muy valoradas por los alumnos como han sido: Seminario sobre Emprendimiento, Conferencias, Practice Days, etc.

6.10. Análisis evaluación del aprendizaje

Los resultados obtenidos en este curso 2016/2017 se consideran adecuados.

En el primer año de implantación del Título, cabe destacar que en el 80% de las asignaturas tienen tasas de rendimiento por encima del 90,0% lo que se consideran datos muy buenos.

Del análisis de los datos aportados el número de alumnos presentados a evaluación en todas las asignaturas es del 100%, siendo sólo en la asignatura de Estadística aplicada al Marketing la única donde ha habido un 11,1% de No Presentados.

En las asignaturas, Estadística aplicada al Marketing e Introducción al Marketing se desprenden el mayor porcentaje de suspensos. En el curso 2017/2018 se hará seguimiento de las mismas con el objetivo de mejorar dichos porcentajes y por tanto mejorar las tasas de rendimiento aunque será en Estadística aplicada al Marketing donde se reforzará en mayor medida para alcanzar la tasa de rendimiento del 65% como mínimo.

A la finalización de la 2ª convocatoria del 2017/2018, será cuando se puedan analizar los datos en ambos cursos académicos 2016/2017 y 2017/2018 y con el histórico podamos identificar la tendencia de cada asignatura del Plan de Estudios y por tanto detectar e implementar mejoras que reviertan en los resultados.

Propuesta de Mejora al Indicador

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

Causa: Tasa de rendimiento considerada baja

Acciones a desarrollar: Puesta en marcha de un grupo de refuerzo para alumnos de 2ª matrículas. Seguimiento de la misma en el curso 2017/2018, reforzando los conceptos e incorporando más casos prácticos.

Responsables: Director Académico de Zaragoza, Coordinador de la Asignatura.

Procedencia de la Mejora: Dirección Académica del Campus

Área de aplicación: Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.006

Indicador: Tasa de rendimiento por encima del 65,0% en el curso 2017/2018.

Mejora: Implementación de los Premios Excelencia

Causa: Fomentar y motivar al alumnado para obtener un expediente académico de nota media por encima del 8.

Acciones a desarrollar: Puesta en marcha de los Premios Excelencia

Responsables: Dirección Académica del Campus y Dirección del Área de Grado.

Procedencia de la Mejora: Dirección Académica del Campus

Área de aplicación: Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.007

Indicador: Nº de solicitudes presentadas y Nº de alumnos que han obtenido el Premio Excelencia en el Campus.

Criterio 7. Indicadores de satisfacción y rendimiento

7. INDICADORES DE SATISFACCIÓN Y RENDIMIENTO

7.1. Satisfacción de los alumnos

7.1.1. Encuestas de evaluación

ASPECTOS GENERALES	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Satisfacción con el proceso de incorporación de nuevos alumnos	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción con el programa de acción tutorial	NP	-	-	-	-	-

Satisfacción con el servicio de biblioteca	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción con las instalaciones y recursos materiales	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción con la Secretaría General Académica	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción con los sistemas de información	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción con el servicio de actividades deportivas	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción con los servicios de restauración	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción con el servicio de transporte	NP	-	-	-	-	-

En paréntesis tasa de respuesta

ASPECTOS ESPECÍFICOS	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Satisfacción de los estudiantes con la organización del plan de estudios	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción de los estudiantes con los materiales didácticos	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción de los estudiantes de nuevo ingreso con la información de la web	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción de los estudiantes con las metodologías docentes	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción de los estudiantes con los sistemas de evaluación	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción de los estudiantes con la labor docente del profesor	NP	-	-	-	-	-

7.1.2. Reuniones de delegados

Además de la atención diaria a los alumnos, se realizaron 2 reuniones con los delegados, una en cada semestre, tratándose los temas que se detallan a continuación:

PRIMERA REUNIÓN: 15/02/17 11.30-12.45

SEGUNDA REUNIÓN: 18/05/17 12.30-13.30

- Organización Académica y Plan de Acción Tutorial
- Clima en Clase
- Instalaciones
- Seguimiento Profesores – Asignaturas
- Repaso y seguimiento de actuaciones del acta anterior
- Otras consideraciones. En este último apartado queremos resaltar alguna:
 - Los alumnos sugieren la creación de un Club Deportivo, en concreto un equipo de fútbol que pueda jugar en la Unizar o USJ. Estarían muy orgullosos de llevar equipajes de ESIC. Y también crear una especie de liga social de Pádel interna de ESIC con participación tanto de alumnado, como profesorado como antiguos alumnos.
 - Trasladan que les gustaría más visitas a Empresas y charlas como la del Brexit.
 - Quieren recibir Info de los Erasmus.
 - Taller sobre Economía y Emprendimiento.

A continuación, se aportan las valoraciones en dichas reuniones:

1. Cabe destacar la valoración positiva por parte del alumnado en líneas generales con el Grado en Marketing.
2. Experiencia ESIC. Orgullosos de pertenecer a la Escuela. Les gusta la cercanía, los acuerdos que se llevan institucionalmente como con empresas.

7.1.3. Análisis satisfacción alumnos

Indicar que el apartado 8.1.1., no ha sido completado, ya que esos ítems son valorados por los alumnos en 2 encuestas:

- Valoración de la Titulación Intermedia (2º curso)
- Valoración de la Titulación Final (4º curso)

Si bien es cierto, qué a tenor de los comentarios en las encuestas de profesorado, reunión de delegados y que han sido varios alumnos los que se matriculan en el curso 17-18, recomendados por alumnos actuales, entendemos que la satisfacción en términos generales es buena, sabiendo en todo momento cuáles son los focos de actuación para mejorar.

7.2. Satisfacción de los egresados

7.2.1. Encuestas de evaluación

ASPECTOS GENERALES	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Satisfacción con el programa	NP	-	-	-	-	-
Media Universidad	NP	-	-	-	-	-

En paréntesis tasa de respuesta

ASPECTOS ESPECÍFICOS	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Satisfacción de los egresados con la organización del plan de estudios	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción de los egresados con la información recibida sobre el programa	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción de los egresados con las metodologías docentes	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción de los egresados con los sistemas de evaluación	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción de los egresados con el personal de apoyo	NP	-	-	-	-	-
Satisfacción de los egresados con los resultados alcanzados	NP	-	-	-	-	-

7.2.2. Análisis satisfacción de egresados

No procede.

7.3. Satisfacción del personal docente

7.3.1. Encuesta de satisfacción de los profesores con el programa

ASPECTOS GENERALES	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
--------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

¿Ha sido posible desarrollar todo el temario teórico previsto?	9,3 (81,8%)	-	-	-	-	-
¿Ha sido posible desarrollar las actividades prácticas previstas?	9,3 (81,8%)	-	-	-	-	-
¿Se han desarrollado las tutorías?	8,9 (81,8%)	-	-	-	-	-
¿Han asistido la mayoría de los estudiantes regularmente a clase?	8,0 (81,8%)	-	-	-	-	-
¿Le parece que los conocimientos previos del alumno son adecuados para el aprendizaje de la materia?	6,8 (81,8%)	-	-	-	-	-

En paréntesis tasa de respuesta

ASPECTOS ESPECÍFICOS	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Libros de consulta en la Biblioteca o entregados al Alumno	8,4 (81,8%)	-	-	-	-	-
Documentaciones accesibles en formato electrónico	8,6 (81,8%)	-	-	-	-	-
Servicio de datos fijos (accesibilidad a ordenadores, calidad de los equipos, acceso a red, etc.)	7,4 (81,8%)	-	-	-	-	-
Servicios de datos móviles (WIFI) (cobertura, facilidad de conexión, etc.)	7,3 (81,8%)	-	-	-	-	-
Aula	8,7 (81,8%)	-	-	-	-	-
Salas de Reuniones y/o Despachos	9,9 (81,8%)	-	-	-	-	-
¿Ha realizado las actividades de evaluación previstas?	9,3 (81,8%)	-	-	-	-	-
¿Cree que el seguimiento docente y/o la evaluación continua han servido para mejorar los resultados de la materia?	8,9 (81,8%)	-	-	-	-	-
Valore cuantos alumnos se han presentado a la evaluación de la última convocatoria	8,6 (81,8%)	-	-	-	-	-

7.3.2. Reuniones de planificación, coordinación y evaluación

- Reuniones individuales con nuevos profesores. Se explica la organización académica de ESIC, conociendo todas las personas que van a tener relación con el profesor, tanto de Zaragoza como de Madrid. Además, se explica la metodología de ESIC, normas de evaluación, faltas de asistencia, etc.
- Director de departamento. Se tiene una conversación inicial con el profesor, para explicar qué se quiere conseguir en la asignatura y valorar si el perfil es idóneo para impartir la asignatura. Como mínimo, una vez al año, ha visitado la sede para comentar las novedades del departamento.
- Reuniones entre profesores / director Titulación: se promueven reuniones entre profesores que dan asignaturas complementarias, para evitar solapes y seguir un mismo hilo conductor en las clases.
- Coordinación de evaluaciones: se pide a los profesores el planning de cuándo van a realizar las diferentes piezas de evaluación. De esta manera se tiene una foto del cuatrimestre y ver si la carga al alumno es excesiva según qué días.
- Claustro de profesores: haciéndolo coincidir con la inauguración, se convoca a un claustro a todos los profesores, para presentar las novedades institucionales y del área de grado.
- Reuniones delegados: aunque diariamente se reciben áreas de mejora y se comunican al profesor, es a partir de la reunión de delegados cuando nos juntamos formalmente para encauzar posibles deficiencias/desviaciones o poner en marcha sugerencias que reviertan en la calidad del Título y en los diferentes Grupos de Interés.
- Reuniones con profesores de cada semestre. A mitad del semestre, se pide a los profesores un feed-back de la clase y se pone en común ante el tutor de cada curso.
- Encuestas Actividad Docente. Los alumnos realizan la encuesta de valoración de la Actividad Docente, en cada semestre, por asignatura. Esta encuesta permite tener una valoración tanto cuantitativa como cualitativa, la cual se analiza con el objetivo de detectar mejoras o posibles desviaciones y corregirlas.

7.3.3. Análisis satisfacción del profesorado

Durante el curso 2016/2017 se realiza la encuesta dirigida al Personal Docente que imparten clases en el Título, con el objetivo de conocer el nivel de satisfacción con la Titulación. La tasa de respuesta se considera adecuada, 81,2%. Se han obtenido unos resultados positivos que variaron entre el 5,6 y el 9,9 sobre 10, siendo la satisfacción media (promedio de los 15 ítems incluidos en el cuestionario) del Claustro de Profesores de la Titulación de 8,34.

Las variables mejor valoradas han sido, haber realizado las actividades de evaluación previstas, junto a haber sido posible desarrollar todo el temario teórico y actividades prácticas previstas, así como el seguimiento docente y/o evaluación continua han servido para mejorar los resultados de la materia; todas ellas con medias superiores a 9.

El aspecto valorado con media inferior al resto de los ítems ha sido referente a los conocimientos previos del alumno si han sido adecuados para el aprendizaje de la materia, con media de 5,6.

7.4. Satisfacción del personal no docente

7.4.1. Reuniones de personal no docente

No procede.

7.4.2. Análisis satisfacción personal no docente

Durante el curso 2016/2017 se realiza la encuesta dirigida al Personal de Administración y Servicios con el objetivo de conocer el nivel de satisfacción con respecto a la Titulación.

La tasa de respuesta se considera adecuada, alcanzado el 100,0%. Se han obtenido unos resultados positivos que variaron entre el 7,7 y el 9,5 sobre 10, siendo la satisfacción media (promedio de los 9 ítems incluidos en el cuestionario) del Personal de Administración y Servicios de la Titulación de 8,96.

Las variables mejor valoradas han sido, la relación con los alumnos del Título; la gestión con los procesos administrativos del Título, Personal de administración suficiente para atender correctamente la gestión administrativa del Título y la satisfacción general con los aspectos académicos/administrativos, todas ellas con medias superiores a 9,3.

Cabe destacar que los resultados obtenidos son representativos del grupo encuestado al no haber desviaciones superiores a 2,5.

ASPECTOS ESPECÍFICOS	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Acceso a la información sobre aspectos docentes necesaria para atender a los estudiantes (fechas y requisitos de matriculación, aulas, horarios, etc.)	9,2 (100%)	-	-	-	-	-
Relación con los estudiantes del título	9,5 (100%)	-	-	-	-	-
Relación con el profesorado del título	8,8 (100%)	-	-	-	-	-
Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, de fechas de exámenes, etc.)	9,3 (100%)	-	-	-	-	-

Gestión de los procesos administrativos comunes con la Universidad a la que el título está adscrito (disponibilidad de las actas, plazo de matriculación, etc.)	7,7 (100%)	-	-	-	-	-
Recursos materiales y tecnológicos disponibles para prestar servicios al estudiante y/o al profesorado del título	8,5 (100%)	-	-	-	-	-
Personal de administración suficiente para atender correctamente la gestión administrativa del título	9,3 (100%)	-	-	-	-	-
Personal de servicios suficiente (Oficina Internacional, Dpto. Prácticas, TIC, etc.) para atender correctamente a estudiantes y/o profesorado del título	9,0 (100%)	-	-	-	-	-
Nivel de satisfacción general con la gestión de los aspectos académicos-administrativos-servicios del título	9,3 (100%)	-	-	-	-	-

7.5. Inserción laboral de los graduados

7.5.1. Datos inserción laboral al finalizar los estudios

No procede.

7.5.2. Análisis inserción laboral

No procede.

Orientación a la mejora

8. SATISFACCIÓN DE AGENTES EXTERNOS

8.1. Evaluador externo

No procede.

8.2. ACPUA

No procede.

9. PROPUESTAS DE MEJORA

9.1. Mejoras implantadas durante el curso académico 2016-2017

No procede.

9.2. Propuestas de mejora para el curso académico 2017-2018

Mejora: Publicación de guías docentes que permita cumplir con la obligación de disponer de ellas en la web al inicio de cada semestre.

Causa: Porcentaje de Guías Docentes publicadas en plazo bajo

Acciones a desarrollar: Aprobación de las Guías Docentes en los plazos establecidos

Responsables: Dirección Académica del Campus, Directores de Departamento.

Procedencia de la Mejora: Dirección Académica

Área de aplicación: Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.001

Indicador: Porcentaje de Guías Docentes publicadas con respecto al curso anterior

Mejora: Comunicación e información sobre el Buzón de Sugerencias virtual, a todos los grupos de interés.

Causa: No ha existido ninguna solicitud a través del Buzón

Acciones a desarrollar: Acciones de comunicación desde la Unidad de Calidad vía mail y comunicación en el aula.

Responsables: Unidad de Calidad, Responsables de Calidad del Campus, Comisión de Titulación

Procedencia de la Mejora: Unidad de Calidad

Área de aplicación: Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.002

Indicador: Nº de sugerencias, quejas y felicitaciones que llegan a través del Buzón, con respecto al año anterior

Mejora: Innovación Docente en el Aula.

Causa: Incrementar las Actividades de Innovación Docente

Acciones a desarrollar: Realizar Cursos de Innovación Docente para su puesta en marcha en el Aula

Responsables: Dirección Académica del Campus y Dirección del Área de Grado.

Procedencia de la Mejora: Dirección Académica del Campus

Área de aplicación: Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.003

Indicador: Análisis de actividades de Innovación Docente por parte del Profesorado del Título

Mejora: Incrementar el ratio de Doctores y Doctores Acreditados en el Título.

Causa: Porcentaje de Doctores del 45%.

Acciones a desarrollar: Puesta en marcha del Plan de Investigación en el Campus.

Responsables: Departamento de Investigación, Dirección del Área.

Procedencia de la Mejora: Comisión de la Titulación

Área de aplicación: Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2017/2018 – 2018/2019

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.004

Indicador: Incremento del porcentaje de Doctores y Doctores Acreditados en el Título con respecto al curso anterior.

Mejora: Implementación del Proceso Docentia en el Campus.

Causa: Actualmente ninguno de los profesores del Título ha pasado el proceso Docentia

Acciones a desarrollar: Se incluirá entre los candidatos al Proceso en la próxima convocatoria Docentia.

Responsables: Director Académico de Zaragoza, Director del Área de Grado.

Procedencia de la Mejora: Unidad de Seguimiento y Renovación de Títulos de Grado

Área de aplicación: Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.005

Indicador: Nº de profesores del Título que participan en el Proceso Docente en la convocatoria 2017/2018.

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

Causa: Tasa de rendimiento considerada baja

Acciones a desarrollar: Puesta en marcha de un grupo de refuerzo para alumnos de 2ª matrículas. Seguimiento de la misma en el curso 2017/2018, reforzando los conceptos e incorporando más casos prácticos.

Responsables: Director Académico de Zaragoza, Coordinador de la Asignatura.

Procedencia de la Mejora: Dirección Académica del Campus

Área de aplicación: Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.006

Indicador: Tasa de rendimiento por encima del 65,0% en el curso 2017/2018.

Mejora: Implementación de los Premios Excelencia

Causa: Fomentar y motivar al alumnado para obtener un expediente académico de nota media por encima del 8.

Acciones a desarrollar: Puesta en marcha de los Premios Excelencia

Responsables: Dirección Académica del Campus y Dirección del Área de Grado.

Procedencia de la Mejora: Dirección Académica del Campus

Área de aplicación: Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2017/2018

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.007

Indicador: Nº de solicitudes presentadas y Nº de alumnos que han obtenido el Premio Excelencia en el Campus.

ANEXO 1: CUADRO DE INDICADORES

	CÓDIGO	INDICADOR	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
1	IN-006	Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas	25	-	-	-	-	-
2	IN-031	Ratio de plazas demandadas / ofertadas	120%	-	-	-	-	-
3	IN-032	Número de alumnos de nuevo ingreso	23	-	-	-	-	-
4	IN-064	Variación porcentual de matrícula de nuevo ingreso	NP	-	-	-	-	-
5	IN-033	Ratio de matrícula de nuevo ingreso / plazas ofertadas	0,92	-	-	-	-	-
6	IN-034	% de alumnos de nuevo ingreso que han realizado la PAU	91%	-	-	-	-	-
7	IN-035	Nota de corte PAU	5,0	-	-	-	-	-
8	IN-036	Nota media de acceso	6,2	-	-	-	-	-
9	IN-039	Número de alumnos de nuevo ingreso en todos cursos excepto primero	NP	-	-	-	-	-
10	IN-040	Número de alumnos matriculados (títulos oficiales)	23	-	-	-	-	-
11	IN-047	Número de egresados	NP	-	-	-	-	-
12	IN-011	% de alumnos en programa de movilidad (outgoing)	NP	-	-	-	-	-
13	IN-012	% de alumnos en programa de movilidad (incoming)	NP	-	-	-	-	-
14	IN-019	Ratio alumnos/profesor	11,3	-	-	-	-	-
15	IN-017	% PDI doctores / PDI	30%	-	-	-	-	-
16	IN-114	% PDI acreditados / PDI	10%	-	-	-	-	-
17	IN-020	% de profesores sometidos a evaluación de la actividad docente	NP	-	-	-	-	-
18	IN-069	Tasa de rendimiento	88,4%	-	-	-	-	-
19	IN-070	Tasa de eficiencia	NP	-	-	-	-	-
20	IN-071	Tasa de abandono	NP	-	-	-	-	-
21	IN-072	Tasa de graduación	NP	-	-	-	-	-
22	IN-112	Tasa de éxito	89,3%	-	-	-	-	-
23	IN-113	Tasa de evaluación	99,0%	-	-	-	-	-
24	IN-074	Duración prevista media en los estudios	4,0	-	-	-	-	-

25	IN-076	Satisfacción de los alumnos con el Plan de Acción Tutorial	NP	-	-	-	-	-
26	IN-077	Satisfacción de los alumnos con el programa de prácticas externas	NP	-	-	-	-	-
27	IN-078	Satisfacción de los alumnos con el programa de movilidad	NP	-	-	-	-	-
28	IN-082	Satisfacción de los alumnos con el profesorado	NP	-	-	-	-	-
29	IN-085	Satisfacción de los egresados	NP	-	-	-	-	-
30	IN-086	Satisfacción del profesorado con el programa	NP	-	-	-	-	-

ANEXO 2: Comisión de Calidad del Grado en Marketing

Fecha de reunión: 27/11/2017 16.30 hs

Lugar: Aula C2

Asistentes:

- Director Comisión: D. Juan Delgado de Miguel
- Coordinador: D. Pedro Mata García
- Profesor 1: D^a. Tamar Buil López-Menchero
- Profesor 2: D. Víctor Laguna Pardo
- Profesor 3: D^a. María Gómez Campillo
- Delegado: D. Jorge Orduña Abadías (Estudiante de 2º)
- Subdelegado: D. Javier Martínez Ibarz (Estudiante de 2º)
- Personal de Gestión: D^a. Cristina Merle Lobera (secretaría)
- Experto externo: D. Fermín Carrillo González
- Representante USJ: D^a. Natalia Vallés (Unidad Técnica de Calidad)
- Director Grado ESIC: D. Segundo Huarte Martín
- Calidad Grado ESIC: D^a Leticia de Aymerich
- Director Académico Zaragoza: D. Javier González Aguilar

Principales conclusiones:

Cabe destacar como principales conclusiones:

- El buen funcionamiento de este primer curso.
- Alta satisfacción del Alumnado, reflejada tanto en los resultados de las encuestas de valoración de la actividad docente, como en las reuniones con Delegados.
- Alta satisfacción y altas tasas de respuesta en las encuestas de valoración de la Titulación tanto al Personal Docente como al Personal de Administración y Servicios.
- Las buenas calificaciones obtenidas.

Fermín Carrillo como Experto Externo de la Comisión traslada la importancia de evidenciar las sugerencias y cuestiones planteadas por los alumnos y diferentes grupos de interés y su seguimiento, análisis y cierre, puesto que ayuda en la mejora continua del Título. Además, sugiere que un Centro Universitario como ESIC ponga el objetivo deseado de Calidad Docente en una evaluación de un 8 o superior.

También se señala por parte de la Dirección del Área de Grado el estudio, junto con la Unidad Central de Calidad, de la posibilidad de tener una evaluación externa independiente, con periodicidad de 2 años. Lo que se planteará a la Dirección General para su análisis de viabilidad.

Tras la presentación de la Memoria Anual del Programa por parte de la Dirección de la Titulación y la deliberación de los representantes de los diversos grupos de interés, quedó aprobada la Memoria Anual del Grado en Marketing correspondiente al curso académico 2016-2017.