

Memoria Anual del Programa

Grado en Marketing (ESIC)

Curso Académico 2017-2018



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	9
2.2.1. <i>Resumen de incidencias, sugerencias y reclamaciones recibidas</i>	<i>9</i>
2.2.2. <i>Resumen de incidencias, sugerencias y reclamaciones recibidas (por temas)</i>	<i>9</i>
2.2.3. <i>Análisis de incidencias, sugerencias y reclamaciones</i>	<i>10</i>
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>	<i>10</i>
3.1.2. <i>Categoría del profesorado.....</i>	<i>10</i>
3.1.3. <i>Ratio alumnos/profesor</i>	<i>12</i>
3.1.4. <i>Participación del profesorado en proyectos en innovación docente.....</i>	<i>12</i>
3.2. Calidad del profesorado	14
3.2.1. <i>Número de profesores/materia evaluados</i>	<i>14</i>
3.2.2. <i>Resultados de evaluación parcial del profesorado.....</i>	<i>15</i>
3.2.3. <i>Resultados de evaluación completa del profesorado</i>	<i>15</i>
3.2.4. <i>Cursos de formación</i>	<i>16</i>
Criterio 5. Personal de apoyo, recursos materiales y servicios	16
4. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS	16
4.1. Calidad de las prácticas externas	16
4.1.1. <i>Evaluación de las prácticas externas</i>	<i>16</i>
4.1.2. <i>Entidades externas donde se han realizado las prácticas.....</i>	<i>17</i>
4.1.3. <i>Análisis calidad prácticas externas</i>	<i>17</i>
4.2. Calidad del programa de movilidad	17
4.2.1. <i>Evaluación del programa de movilidad</i>	<i>17</i>
4.2.2. <i>Destino de alumnos outgoing.....</i>	<i>17</i>

4.2.3.	<i>Origen de alumnos incoming</i>	17
4.2.4.	<i>Análisis calidad programa de movilidad</i>	17
	Criterio 6. Resultados de aprendizaje	18
5.	MEMORIA DE ACTIVIDADES	18
5.1.	Actividades destacadas	18
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	23
6.6.	Tasa de evaluación por materia	23
6.7.	Alumnos egresados	24
6.8.	Conclusiones Junta de Evaluación	25
6.9.	Acciones implementadas para fomentar la participación de estudiantes en el proceso de aprendizaje.....	25
6.10.	Análisis evaluación del aprendizaje.....	26
	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>	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>	30
7.3.3.	<i>Análisis satisfacción del profesorado.</i>	31
7.4.	Satisfacción del personal no docente	31
7.4.1.	<i>Reuniones de personal no docente</i>	31
7.4.2.	<i>Análisis satisfacción personal no docente</i>	31
7.5.	Inserción laboral de los graduados.....	32
7.5.1.	<i>Datos inserción laboral al finalizar los estudios</i>	32
7.5.2.	<i>Análisis inserción laboral</i>	32
	Orientación a la mejora	32
8.	SATISFACCIÓN DE AGENTES EXTERNOS	32
8.1.	Evaluador externo	32
8.2.	ACPUA.....	32
9.	PROPUESTAS DE MEJORA	32
9.1.	Propuestas de mejora para el curso académico 2018-2019.....	32

ANEXO 1: CUADRO DE INDICADORES..... 33
ANEXO 2: Comisión de Calidad del Grado en Marketing..... 34

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	25	-	-	-	-
Nº de grupos de teoría en 1º	1	1	-	-	-	-
Número de pre-inscripciones	30	36	-	-	-	-
RATIO PLAZAS DEMANDADAS / OFERTADAS	120%	144%	-	-	-	-

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	24	-	-	-	-
Alumnos de nuevo ingreso en otros cursos	NP	2	-	-	-	-
Alumnos matriculados curso anterior	NP	23	-	-	-	-
Graduados curso anterior	NP	NP	-	-	-	-
Bajas	0	-3	-	-	-	-
TOTAL	23	46	-	-	-	-

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	24	-	-	-	-
Nº alumnos matriculados en 2º	NP	22	-	-	-	-
Nº alumnos matriculados en 3º	NP	NP	-	-	-	-
Nº alumnos matriculados en 4º	NP	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	15	-	-	-	-
EVAU	0	8	-	-	-	-
Bachillerato sin PAU	0	0	-	-	-	-
Formación Profesional	1	1	-	-	-	-
Con título universitario	0	0	-	-	-	-
Mayores de 25 años	0	0	-	-	-	-

Mayores de 40 años	0	0	-	-	-	-
Convalidación estudios extranjeros	1	0	-	-	-	-
Otros casos	0	0	-	-	-	-
TOTAL	23	24	-	-	-	-

1.5. Nota media de acceso (PAU)

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Nota de corte	5,0	5,0	-	-	-	-
Nota media de acceso PAU	6,2	6,3	-	-	-	-
Nota media de acceso EVAU	NP	6,6	-	-	-	-

1.6. Tamaño de los grupos

El tamaño del grupo nuevo ha sido muy adecuado. Las sesiones presenciales se han desarrollado convenientemente. El grupo de 2º ha quedado más reducido en algunas materias y con un alto nivel de cohesión. Siguen siendo grupos muy manejables y aptos para una docencia centrada en el alumno.

La acción tutorial también es personalizada y el seguimiento a los alumnos es constante.

1.7. Mecanismos de coordinación docente

La coordinación docente se realiza 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 y contarles de primera mano las novedades del departamento y juntos analizar sus comentarios
- Reuniones con profesores de cada semestre. A comienzos del semestre, se realiza una reunión de coordinación horizontal con los profesores de un mismo curso, donde se recopila información sobre las distintas pruebas de evaluación (exámenes, trabajos, ...), para coordinar no sólo que no se solapen y evitar sobrecargas temporales de trabajo, sino también ayudar a los alumnos en la planificación temporal de las diferentes pruebas. A mitad del semestre, cuando se tienen las primeras pruebas parciales, se pide a los profesores un feed-back de la clase y se pone en común ante el tutor de cada curso.
- Coordinación vertical: se promueven reuniones entre profesores que dan asignaturas relacionadas en diferentes cursos, para evitar solapes y seguir un mismo hilo conductor en las clases. Tal es el caso de Técnicas de venta, con Dirección comercial, y que seguirá con Dirección de equipos comerciales.

- 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 Universitaria.

La política de Coordinación se puede consultar en la página web del Título en el siguiente link:

<https://www.esic.edu/calidad/pdf/politica-de-coordinacion-docente.pdf>

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	JUNIO 2018		CURSO 2018-2019	
	GUÍAS MATERIAS IMPARTIDAS	GUÍAS MATERIAS NO IMPARTIDAS	GUÍAS MATERIAS IMPARTIDAS	GUÍAS MATERIAS NO IMPARTIDAS
	1º, 2º	3º, 4º	1º, 2º, 3º	4º
95%	100%	0	0	0

El dato aportado se considera adecuado con respecto al curso anterior, habiéndose incrementado en un 58,3%. Se hará seguimiento con el objetivo de alcanzar el 100% de Guías Docentes publicadas en plazo.

Propuesta de Mejora al Indicador

Mejora: Publicación en plazo de las guías docentes.

Causa: hubo una guía docente no publicada en plazo.

Acciones a desarrollar: preparar y supervisar las guías docentes en plazo para su disposición el primer día lectivo.

Responsables: Director de la titulación, Directores de Departamento.

Procedencia de la Mejora: Dirección Académica

Área de aplicación: Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2018/19

Código: 2017.MEMORIA.GRMK.001

Indicador: número de guías docentes publicadas en plazo

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

2. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

2.1. Situación del sistema: modificaciones realizadas

Durante este curso se ha puesto en marcha el Proyecto de Mejora del Sistema de Gestión, con el objetivo de revisar, actualizar y simplificar los procedimientos y políticas del sistema desarrollados bajo la cultura de mejora continua.

Para la puesta en marcha del Proyecto se ha convocado un grupo de trabajo con diferentes perfiles académicos del Área y con la participación además del Campus de Zaragoza.

Una vez se han revisado los procedimientos por el grupo de trabajo, la Unidad de Calidad del Área y el Decano del Área, se han compartido con la Comisión de Grupos de Interés convocada para finalizar el proyecto, entre los que han participado perfiles de Alumnado, Antiguos Alumnos y Empleadores.

Los procedimientos revisados y aprobados se pueden en la web corporativa de ESIC, en el siguiente link:

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

Además, tanto Profesorado como Personal de Gestión y Alumnado tienen acceso a través del [Campus Virtual](#), accediendo al menú: Gestión Interna de Calidad.

Toda la información referente al Sistema de Garantía Interno de Calidad de ESIC, se puede consultado accediendo al siguiente link: <https://www.esic.edu/calidad/>

Sobre el Sistema de Garantía Interno de Calidad del Título, se puede acceder a la información de Comisión de Titulación del Grado en Marketing por la Universidad de San Jorge en ESIC, en el siguiente link: https://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing-zaragoza?s=garantia_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	5	0	0	0	5
Consulta	0	0	0	0	0
No conformidad	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0
Queja	1	0	0	0	1
Queja ambiental	0	0	0	0	0
TOTAL					9

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

TEMA	TOTAL	
Cafetería	1	2
Deportes	1	2
Transporte	0	0
Docencia	2	0
Ordenación académica	0	2
Plan de estudios	0	0
Prácticas externas	0	0
Movilidad	1	0
Otros	1	3
TOTAL	5	9

Sugerencias

- proponen un equipo de basket.
- Fuente de agua
- Que se entreguen a los alumnos de grado llaves para las máquinas de vending

Comentarios

- guías docentes subidas el primer día
- equipo de fútbol en segundo,
- pizarra en la clase A1
- tarjeta estudiante
- poner una hora más de inglés en segundo curso

Queja

- Impresora de aula polivalente no funciona bien

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.

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%	70%	-	-	-	-

3.1.2. Categoría del profesorado

Materia	profesor	ECTS	acred	doct	licen
Introducción al Marketing	PROF 1 - TC	9		9	
Estadística aplicada al Marketing	PROF 2 - TP	6		6	
Economía de la Empresa	PROF 3 - TP	9			9
Inglés para los negocios/English for business	PROF 4 - TC	6			6
Fundamentos de Comunicación	PROF 5 - TC	6			6
Técnicas de Investigación de Mercados	PROF 8 - TC	6		6	
Informática	PROF 9 - TP	6			6
Psicología	PROF 10 - TC	6			6
Negociación Comercial	PROF 11 - TP	3			3
Técnicas de venta	PROF 12 - TP	3			3
Entorno jurídico de la empresa	PROF 13 - TC	6			6
Marketing Estratégico	PROF 14 - TC	6		6	
Sociología	PROF 15 - TC	6			6
Dirección Comercial	PROF 12 - TP	6			6
Pensamiento Social Cristiano	PROF 7 - TC	6			6
Comportamiento del Consumidor	PROF 1 - TC	4,5		4,5	
Deontología del Marketing	PROF 7 - TC	4,5		4,5	
Dirección de Producto	PROF 14 - TC	6			6
Dirección de Distribución	PROF 16 - TC	6		6	
Gestión estratégica de marca/Strategy Brand Management	PROF 17 - TP	4,5		4,5	
Gestión de Precios	PROF 18 - TP	4,5			4,5
			0,00%	38,75%	61,25%

% 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%	0%	-	-	-	-
% doctores no acreditados		30%	30%	-	-	-	-
% doctorandos	38,3%	30%	30%	-	-	-	-
% licenciados/diplomados		30%	40%	-	-	-	-

(*)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%	0%	-	-	-	-
% doctores no acreditados		35%	44%	-	-	-	-

% doctorandos	39,0%	35%	26%	-	-	-	-
% licenciados/diplomados		20,0%	30%	-	-	-	-

(*) 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	44,5	-	-	-	-
PDI EJC	1,7	3,3	-	-	-	-
RATIO ALUMNOS/PROFESOR	11,3	13,5	-	-	-	-

3.1.4. Participación del profesorado en proyectos en innovación docente

PROYECTO	MATERIA	PROFESORES PARTICIPANTES
5 de julio, ESIC Pozuelo. Formación sobre Macros.	Departamento de Informática y Nuevas Tecnologías ESIC	Pau Jordán
7, 8 y 9 de julio, Salamanca Unidos por la Ética". Formación sobre diversidad de género, la evolución laboral y empresarial y se reflexionó sobre los valores y su necesidad en el entorno actual.	Departamento de Humanidades y Derecho ESIC	Víctor Laguna
Capítulo de libro: Melguizo Garde, M., Acero Fraile, I., Hernández Ortega, B., Borraz (2018). "Análisis del Proyecto Tutor-Mentor en la Facultad de Economía y Empresa" publicado en el libro La difusión de la innovación docente: retos y reflexiones, Ed. Universidad de Zaragoza (ISBN 978-84-09-00726-4), pp. 197-206.	Universidad de Zaragoza	Javier Borraz
Capítulo de libro: Melguizo Garde, M., Rueda Tomás, M., & Borraz Mora, J. (2017). Una experiencia de coordinación multidisciplinar en la enseñanza de contabilidad. In Evaluación de la Calidad de la Investigación y de la Educación Superior: Libro de resúmenes XIV FECIES (pp. 433-433). Editorial Universidad de Granada	XIV Foro internacional sobre la evaluación de la calidad de la investigación y de la educación superior (FECIES)	Javier Borraz
Capítulo de libro: Borraz Mora, J., Hernández Ortega, B., & Melguizo Garde, M. (2017). Estudio de la satisfacción de profesores y estudiantes con los Grados de la Facultad de Economía y Empresa de Zaragoza. In Evaluación de la Calidad de la Investigación y de la Educación Superior: Libro de resúmenes XIV FECIES (pp. 588-588). Editorial Universidad de Granada	Universidad de Granada	Javier Borraz
10-12 de mayo 2018, Santander. Con publicación: Borraz Mora, J. y Melguizo Garde, M. (2018). "Utilización del Modelo TAM para Explicar la Recomendación de Uso Docente de Programas Informáticos Profesionales"	XV Foro Internacional sobre la Evaluación de la Calidad de la Investigación y de la Educación Superior	Javier Borraz
21-23 de junio 2017. 3rd International Conference on Higher Education Advances. Valencia. Con publicación: Borraz Mora, J., Melguizo Garde, M., Hernández Ortega, B. (2017) "The Influence of Competences in Business Higher Education: a Student's Approach".	HEAd'17	Javier Borraz
12 septiembre 2017. VIII Jornada de Buenas Prácticas en la Docencia Universitaria con Apoyo de TIC (Zaragoza). Borraz Mora, J., Melguizo Garde, M., & Rueda Tomás, M. (2017). "Uso de Software Libre en el Aprendizaje de Competencias Específicas de Fiscalidad y Contabilidad"	Cátedra Banco Santander de la Universidad de Zaragoza	Javier Borraz

Metodología aplicada en investigación de mercados. El proyecto se basa en prácticas a partir del visionado de un focus group real. La práctica consiste en ver el focus, sacar conclusiones y plasmarlas en un informe de resultados.	Estadística aplicada en ESIC	Tamar Buil
1 y 2 de julio Salamanca. Jornadas del Departamento de Marketing: innovación pedagógica y entornos compartidos	Departamento de Marketing ESIC	Juan Delgado
16 y 17 junio. Salamanca Creatividad y Nuevo canales. Innovación Docente para la formación de los futuros profesionales de la comunicación y la publicidad.	5º Encuentro de Profesores de Comunicación y Publicidad ESIC	María Gómez
18 de julio, 2017. Universidad San Jorge Zaragoza. Innovación docente para Grados online.	Universidad San Jorge	Vicente Ferrero
28 y 28 de junio. VII Jornadas de Innovación docente de la Universidad San Jorge	Universidad San Jorge	Vicente Ferrero Leticia García Juan Buil
CURSO Metodologías activas en el proceso de enseñanza y aprendizaje Febrero-junio 2018 <ul style="list-style-type: none"> Modelos educativos centrados en el aprendizaje. El modelo flipped learning: Taxonomías. Objetivos de aprendizaje, dimensión de conocimiento y herramientas de curación El entorno personal de aprendizaje (PLE). Metodologías activas en el proceso de enseñanza aprendizaje Webquests. Herramienta didáctica que a modo de ABP se desarrolla para fomentar la autonomía, el juego, el trabajo en equipo y la investigación en entorno web para realizar un producto final. Evaluación como aprendizaje. 	Universidad Internacional de la Rioja	Vicente Ferrero

Propuesta de Mejora al Indicador

Mejora: Innovación Docente en el Aula.

Causa: Incrementar las Actividades de Innovación Docente

Acciones a desarrollar: Continuar con formación y seguimiento de Innovación Docente a los profesores

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

La calidad de la docencia se revisa continuamente además de establecerse de manera sistemática por medio de las encuestas de satisfacción del alumnado, el seguimiento por la dirección del título y la académica del Centro y la autoevaluación por medio del propio docente.

Resultados de encuestas de satisfacción del alumnado

PLANIFICACIÓN de la actividad docente	2016-17	2017-18
1. La información facilitada por el profesor (guía docente) ha resultado útil	7,53	8,01
2. Se ha coordinado adecuadamente tareas teóricas y prácticas	7,65	8,06
3. Las documentaciones se ajustan al contenido de la asignatura	7,92	8,32
4. El profesor prepara, organiza y estructura las actividades en clase	8,1	8,33
DESARROLLO de la actividad docente		
5. El profesor explica con claridad y resalta conceptos importantes	8,01	8,27
6. El profesor resuelve las dudas y orienta a los alumnos en el aula	8,34	8,53
7. El profesor consigue despertar interés por los diferentes temas tratados	7,42	7,87
8. El profesor favorece la participación de los estudiantes en el aula	7,96	8,22
9. Muestra respeto ante comentarios y opiniones de los demás	8,44	8,63
10. Se muestra accesible y receptivo para resolver dudas fuera del aula	8,25	8,57
RESULTADOS E INNOVACIÓN de la actividad docente		
11. La estructura de evaluación se ajusta a lo indicado en la guía docente	8,04	8,37
12. El profesor ha mejorado mis conocimientos y habilidades	7,93	8,07
13. El profesor ha transmitido valores de desarrollo humano	7,46	7,77
14. El profesor ha sido innovador en algún aspecto de la actividad docente	7,31	7,16
VALORACIÓN GLOBAL de la actividad docente		
15. Globalmente puede ser considerado como un buen profesor	8,01	7,90

Se ha mantenido el nivel de docencia y se han mejorado ligeramente los resultados de las encuestas. Hay que tener en cuenta que el Grado se va implantando por cursos, de modo que en algunos casos no hay una experiencia previa de la adecuación del docente al alumnado. Según se avanza en el curso, se han ido detectando algunas inadecuaciones y se intenta introducir correcciones antes de buscar una sustitución.

A nivel global, en el primer semestre y teniendo en cuenta los resultados de todos los profesores del Grado en todas las asignaturas, la media ponderada asciende a 8,19 con una desviación típica de un 1,75 y un nivel de representatividad de un 65,15%. En el segundo semestre, la media ponderada asciende a 8,21 con una desviación típica de un 1,82 y un nivel de representatividad de un 91,32%.

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	21	-	-	-	-
Número de profesores/materias sometidos a evaluación	10	21	-	-	-	-
% PROFESORES EVALUADOS	100,0%	100	-	-	-	-

3.2.2. Resultados de evaluación parcial del profesorado

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

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Número de profesores/materias	10	21	-	-	-	-
Número de profesores/materias sometidos a evaluación	10	21	-	-	-	-
% profesores sometidos a evaluación parcial	100,0%	100,0%	-	-	-	-
Valoración: Excelente	0	0	-	-	-	-
Valoración: Muy bueno	0	4	-	-	-	-
Valoración: Bueno	9	15	-	-	-	-
Valoración: Adecuado	1	2	-	-	-	-
Valoración: Deficiente	0	-	-	-	-	-
Baja tasa de respuesta	0	-	-	-	-	-
VALORACIÓN MEDIA TITULACIÓN	7,9	8,1	-	-	-	-
VALORACIÓN MEDIA CENTRO	7,9	8,1	-	-	-	-

Con los dos profesores que han obtenido una valoración de "Adecuado" se ha realizado un seguimiento y se han tenido conversaciones para ver la posibilidad de introducir cambios en la dinámica de las clases.

Uno de los docentes no sigue por motivos personales de trabajo que le dificultan la continuidad. El otro es consciente de sus carencias y ha previsto instrumentos metodológicos de mejora que además fomenten la participación del alumnado.

3.2.3. Resultados de evaluación completa del profesorado

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
% profesores sometidos a evaluación (encuestas de alumnos)	100,0%	100,0%	-	-	-	-
Valoración: Excelente	0	0	-	-	-	-
Valoración: Muy bueno	0	4	-	-	-	-
Valoración: Bueno	9	15	-	-	-	-
Valoración: Adecuado	1	2	-	-	-	-
Valoración: Deficiente	0	-	-	-	-	-

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
Uso de Turnitin	Enseñar el manejo de la herramienta y su aplicación para valorar la originalidad de los trabajos	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

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

4.1.2. *Entidades externas donde se han realizado las prácticas*

ENTIDAD EXTERNA	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	Satisfacción del alumno
No procede	NP	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*

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

4.2.2. *Destino de alumnos outgoing*

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

4.2.3. *Origen de alumnos incoming*

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

4.2.4. *Análisis calidad programa de movilidad*

No procede.

Criterio 6. Resultados de aprendizaje

5. MEMORIA DE ACTIVIDADES

5.1. Actividades destacadas

DIRECCIÓN COMERCIAL ALUMNOS 2º CURSO

WIPET, PONENTE: Alfredo Elías

5 DE OCTUBRE DE 2017

Empresa que se dedica a: Fabricar equipos de descanso para mascotas con materiales de colchonería humana. Los núcleos se ajustan a las necesidades de descanso de las mascotas, así que su peso se distribuye con uniformidad. También los núcleos están cubiertos por una funda protectora interior que es impermeable y por eso garantiza la durabilidad del equipo. Los materiales están estudiados para que no emitan sonidos agudos como consecuencia de los movimientos, especialmente incómodos para las mascotas.

MAUBIC CONSULTORÍA TECNOLÓGICA

PONENTE: Sergio Nadal, CEO

5 DE DICIEMBRE DE 2017

Empresa que se dedica a: Consultoría tecnológica. Combina la experiencia de años de trabajo en el sector tecnológico con la renovación de ideas, ilusión y energía que aportan los jóvenes talentos.

Expertos en tecnología educativa, están presentes en los 5 continentes.

VISITA A CÁRITAS

PENSAMIENTO SOCIAL CRISTIANO ALUMNOS 2º CURSO

PROFESORA: LETICIA GARCÍA

FECHA: 25 DE OCTUBRE DE 2017

Primer parte: Visita guiada en Caritas Diocesana de Zaragoza sobre los carteles de las Campañas a lo largo de los años.

Segunda parte: Visita al huerto de San Nicolás.

TODOS EL GRADO

30 DE NOVIEMBRE DE 2017

Centraldereservas.com es un portal online que nació en la pequeña localidad de Aínsa (Huesca) como un sueño intrépido, en un momento en que nadie creía en Internet, y que hoy se ha convertido en una de las páginas de reservas online de referencia a nivel nacional, con más de 750.000 alojamientos por todo el mundo y con una facturación de más 70M €.

D. Ricardo Buil

Con una trayectoria de más de 20 años como emprendedor en Aragón, participando en proyectos turísticos desde 1996. Empezó fundando una empresa en Aínsa (Huesca) para la creación de webs de establecimientos del Pirineo y una pequeña central de reservas para alojamientos en la comarca. Poco a poco la idea fue

ampliando su ámbito geográfico y en el año 2001 se funda Different Travel S.L. para la gestión de Centraldereservas.com.

RESEÑA DE PRENSA:

<http://www.expansion.com/aragon/2017/12/01/5a214a40ca4741a9518b45a4.html>

EMPRENDIMIENTO DIGITAL

MASTERCLASS EXPERIENCE: Juanjo López, CEO & Founder de I Love Helping.

- 5 de febrero de 2018: CURSO 1º
- 6 de febrero: CURSO 2º

LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA EMPRESA

David Lozano Garbala

- Jueves 22 de febrero 16:00 a 19:00
- Jueves 1 de marzo 16:00 a 19:00

PROGRAMA

1. Nociones de escritura correcta (I): normas ortográficas, puntuación, construcción de textos informativos, comunicación directa -escrita- con el cliente. Revisión formal.
2. Nociones de escritura correcta (II): revisión de contenido para textos informativos sobre producto/empresa. Aproximación al concepto de "contenidos digitales". La comunicación y el posicionamiento.
3. Revisión de contenidos ajenos. Análisis crítico de publicaciones empresariales en la red.
4. Pautas de Atención al cliente por escrito.
5. Elaboración y revisión de contenidos propios para cada formato de comunicación: respuesta a clientes; textos de bienvenida; descripción de producto; contenido corporativo...

OCHO CASOS ARAGONESES DE EXITO

17 de enero de 2018: 19:00 A 21:00

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.

19.10 - 20.20h. 8 casos aragoneses de éxito.



D. David Botaya
Director General de Casa Matachín.



Dª. Alicia Asín
Consejera Delegada y co-Fundadora de Libelium.



D. Antonio Flamenco
Fundador de El Rincón.



D. Máximo Valenciano
Director General de Inycom.



Dª. Sura Ascaso
Responsable Desarrollo de Negocio de Ascaso.



D. Javier Sánchez Broto
ex Portero de fútbol profesional y Fundador de Fútbol Emotion.



D. Ángel Adiego
Presidente y Consejero Delegado de Grupo LACOR.



D. Ricardo Buil
CEO de centraldereservas.com.

MASTERCLASS: CÓMO ENTENDER LA PRENSA ECONÓMICA Y NO MORIR EN EL INTENTO

7 DE FEBRERO DE 2018, 19:00 a 20:30

Javier Martínez Suárez. Director de N+1, anteriormente vicepresidente de Morgan Stanley. Director comercial en Aragón y Soria de AB Asesores.

MASTERCLASS: MOBILE MARKETING E INNOVACIÓN

28 DE FEBRERO DE 2018, 19:00 A 20:30

Jesús Hernández, CEO en A04Media, experto en nuevas tendencias aplicadas a la empresa y transformación digital.

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%	0,8%	-	-	-	-
Suspenso	8,5%	4,6%	-	-	-	-
Aprobado	42,9%	43,5%	-	-	-	-
Notable	40,6%	44,3%	-	-	-	-
Sobresaliente	5,8%	6,2%	-	-	-	-
Matrícula de honor	1,3%	0,6%	-	-	-	-

La información correspondiente al curso 2017/2018 es la conjunta de los dos cursos en vigor, 1º y 2º

6.2. Distribución de calificaciones por materia

MATERIA	No presentado	Suspenseo	Aprobado	Notable	Sobresaliente	Matrícula de honor
ECONOMÍA DE LA EMPRESA	0,0%	13,6%	45,5%	31,8%	9,1%	0,0%
ESTADÍSTICA APLICADA AL MARKETING	0,0%	6,3%	71,9%	21,9%	0,0%	0,0%
FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN	0,0%	4,0%	28,0%	56,0%	8,0%	4,0%
INFORMÁTICA	0,0%	4,0%	20,0%	56,0%	20,0%	0,0%
INGLÉS PARA LOS NEGOCIOS/ENGLISH FOR BUSINESS	0,0%	0,0%	47,8%	43,5%	8,7%	0,0%
INTRODUCCIÓN AL MARKETING	0,0%	3,6%	64,3%	21,4%	10,7%	0,0%
NEGOCIACIÓN COMERCIAL	4,0%	0,0%	28,0%	64,0%	4,0%	0,0%
PSICOLOGÍA	0,0%	3,8%	42,3%	53,8%	0,0%	0,0%
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	4,5%	4,5%	59,1%	31,8%	0,0%	0,0%
TÉCNICAS DE VENTA	0,0%	4,0%	20,0%	52,0%	20,0%	4,0%
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	0,0%	15,0%	50,0%	20,0%	15,0%	0,0%
DEONTOLOGÍA DEL MARKETING	0,0%	4,8%	23,8%	66,7%	4,8%	0,0%
DIRECCIÓN COMERCIAL	0,0%	0,0%	56,5%	34,8%	8,7%	0,0%
DIRECCIÓN DE DISTRIBUCIÓN	5,0%	5,0%	60,0%	30,0%	0,0%	0,0%
DIRECCIÓN DE PRODUCTO	0,0%	0,0%	18,2%	72,7%	9,1%	0,0%
ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	0,0%	0,0%	26,7%	73,3%	0,0%	0,0%
GESTIÓN DE PRECIOS	0,0%	0,0%	70,0%	30,0%	0,0%	0,0%
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARCA/STRATEGY BRAND MANAGEMENT	5,0%	20,0%	55,0%	20,0%	0,0%	0,0%
MARKETING ESTRATÉGICO	0,0%	10,5%	57,9%	31,6%	0,0%	0,0%
PENSAMIENTO SOCIAL CRISTIANO	0,0%	4,3%	34,8%	56,5%	0,0%	4,3%
SOCIOLOGÍA	0,0%	0,0%	22,7%	72,7%	4,5%	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%	94,4%	-	-	-	-
Tasa de abandono (10%*)	NP	NP	-	-	-	-
Tasa de graduación (70%*)	NP	NP	-	-	-	-
Tasa de eficiencia (65%*)	NP	NP	-	-	-	-
Tasa de éxito	89,3%	95,0%	-	-	-	-
Tasa de evaluación	99,0%	99,3%	-	-	-	-

* 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
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	NP	85,0%	-	-	-	-
DEONTOLOGÍA DEL MARKETING	NP	95,2%	-	-	-	-
DIRECCIÓN COMERCIAL	NP	100,0%	-	-	-	-
DIRECCIÓN DE DISTRIBUCIÓN	NP	90,0%	-	-	-	-
DIRECCIÓN DEL PRODUCTO	NP	100,0%	-	-	-	-
ECONOMÍA DE LA EMPRESA	90,0%	86,4%	-	-	-	-
ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	NP	100,0%	-	-	-	-
ESTADÍSTICA APLICADA AL MARKETING	50,0%	93,8%	-	-	-	-
FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN	90,5%	96,0%	-	-	-	-
GESTIÓN DE PRECIOS	NP	100,0%	-	-	-	-
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARCA/STRATEGY BRAND MANAGEMENT	NP	75,0%	-	-	-	-
INFORMÁTICA	100,0%	96,0%	-	-	-	-
INGLÉS PARA LOS NEGOCIOS/ENGLISH FOR BUSINESS	95,2%	100,0%	-	-	-	-
INTRODUCCIÓN AL MARKETING	75,0%	96,4%	-	-	-	-
MARKETING ESTRATÉGICO	NP	89,5%	-	-	-	-
NEGOCIACIÓN COMERCIAL	100,0%	96,0%	-	-	-	-
PENSAMIENTO SOCIAL CRISTIANO	NP	95,7%	-	-	-	-

PSICOLOGÍA	100,0%	96,2%	-	-	-	-
SOCIOLOGÍA	NP	100,0%	-	-	-	-
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	94,7%	90,9%	-	-	-	-
TÉCNICAS DE VENTA	100,0%	96,0%	-	-	-	-

6.5. Tasa de éxito por materia

Materia	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	NP	85,0%	-	-	-	-
DEONTOLOGÍA DEL MARKETING	NP	95,2%	-	-	-	-
DIRECCIÓN COMERCIAL	NP	100,0%	-	-	-	-
DIRECCIÓN DE DISTRIBUCIÓN	NP	94,7%	-	-	-	-
DIRECCIÓN DEL PRODUCTO	NP	100,0%	-	-	-	-
ECONOMÍA DE LA EMPRESA	90,0%	86,4%	-	-	-	-
ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	NP	100,0%	-	-	-	-
ESTADÍSTICA APLICADA AL MARKETING	56,3%	93,8%	-	-	-	-
FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN	90,5%	96,0%	-	-	-	-
GESTIÓN DE PRECIOS	NP	100,0%	-	-	-	-
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARCA/STRATEGY BRAND MANAGEMENT	NP	78,9%	-	-	-	-
INFORMÁTICA	100,0%	96,0%	-	-	-	-
INGLÉS PARA LOS NEGOCIOS/ENGLISH FOR BUSINESS	95,2%	100,0%	-	-	-	-
INTRODUCCIÓN AL MARKETING	75,0%	96,4%	-	-	-	-
MARKETING ESTRATÉGICO	NP	89,5%	-	-	-	-
NEGOCIACIÓN COMERCIAL	100,0%	100,0%	-	-	-	-
PENSAMIENTO SOCIAL CRISTIANO	NP	95,7%	-	-	-	-
PSICOLOGÍA	100,0%	96,2%	-	-	-	-
SOCIOLOGÍA	NP	100,0%	-	-	-	-
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	94,7%	95,2%	-	-	-	-
TÉCNICAS DE VENTA	100,0%	96,0%	-	-	-	-

6.6. Tasa de evaluación por materia

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

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	NP	100,0%	-	-	-	-
DEONTOLOGÍA DEL MARKETING	NP	100,0%	-	-	-	-
DIRECCIÓN COMERCIAL	NP	100,0%	-	-	-	-
DIRECCIÓN DE DISTRIBUCIÓN	NP	95,0%	-	-	-	-
DIRECCIÓN DEL PRODUCTO	NP	100,0%	-	-	-	-
ECONOMÍA DE LA EMPRESA	100,0%	100,0%	-	-	-	-
ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	NP	100,0%	-	-	-	-
ESTADÍSTICA APLICADA AL MARKETING	88,9%	100,0%	-	-	-	-
FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN	100,0%	100,0%	-	-	-	-
GESTIÓN DE PRECIOS	NP	100,0%	-	-	-	-
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARCA/STRATEGY BRAND MANAGEMENT	NP	95,0%	-	-	-	-
INFORMÁTICA	100,0%	100,0%	-	-	-	-
INGLÉS PARA LOS NEGOCIOS/ENGLISH FOR BUSINESS	100,0%	100,0%	-	-	-	-
INTRODUCCIÓN AL MARKETING	100,0%	100,0%	-	-	-	-
MARKETING ESTRATÉGICO	NP	100,0%	-	-	-	-
NEGOCIACIÓN COMERCIAL	100,0%	96,0%	-	-	-	-
PENSAMIENTO SOCIAL CRISTIANO	NP	100,0%	-	-	-	-
PSICOLOGÍA	100,0%	100,0%	-	-	-	-
SOCIOLOGÍA	NP	100,0%	-	-	-	-
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	100,0%	95,5%	-	-	-	-
TÉCNICAS DE VENTA	100,0%	100,0%	-	-	-	-

6.7. Alumnos egresados

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

6.8. Conclusiones Junta de Evaluación

En la Junta de Evaluación se vieron los buenos resultados del grupo de 1º. Ha tenido un estupendo desarrollo y una integración muy alta como grupo. Aunque se vieron diversas tendencias desde el comienzo, ha acabado imponiéndose un trabajo constante que se ha materializado en unos buenos resultados en conjunto. Hasta algún alumno que estaba más descolgado, ha remontado en las segundas convocatorias.

Al final, hay un alumno que no puede continuar por falta de créditos superados, pero el resto pasa a 2º mayoritariamente limpios.

El grupo de 2º sigue en su línea, en la que se distinguen dos velocidades. Les falta esa integración que llegue a todos, y sí mantienen altos niveles de trabajo continuado los alumnos que ocupan los primeros sitios en el aula. Se ha aumentado la labor de tutoría y seguimiento a aquellos que se retrasan más. Los resultados, no obstante, han sido también bastante buenos. Y en algún caso, excelente.

En el caso concreto de la materia de Estadística aplicada al Marketing, tras la experiencia del curso anterior en el que hubo una tasa de rendimiento de un 50%, la profesora intentó desde el principio hacer consciente al grupo de la dificultad que entraña una materia tan técnica. En primera convocatoria tuvo un porcentaje de suspensos de un 44%. Tras un seguimiento a los alumnos para preparar la recuperación, en 2ª convocatoria suspendió de nuevo solo un alumno, y solo hubo otro que no se presentó.

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

Se ha puesto un gran empeño tanto de concienciación como de formación para los profesores en el concepto de flipped classroom, enfocada a trabajos prácticos en el aula, tanto en grupo como individuales.

Esta metodología se ha transmitido también a los alumnos, más de manera operativa que como teoría didáctica. En el curso de 2º especialmente ha habido materias que han modificado su modo de impartición, buscando precisamente la mayor implicación activa de los alumnos.

Se seguirá en esta línea, proporcionando herramientas metodológicas a los docentes. El uso de casos prácticos como herramienta docente es una formación prevista.

Por otro lado, se han transmitido a los alumnos nociones sobre el modo de hacer trabajos y usar la bibliografía correctamente.

También se tuvo un taller de escritura, para mejorar la redacción y la lógica expositiva.

En esta línea, se ha notado una mejora de la interactividad docente-alumno por medio de la plataforma virtual. Esta herramienta permite una mayor fluidez en las comunicaciones, aumento del rigor en las entregas de trabajos, y posibilidad de transmitir un feedback ante los diferentes instrumentos de evaluación y aprendizaje.

6.10. Análisis evaluación del aprendizaje

Los resultados obtenidos en este curso académico han sido muy buenos, especialmente en el grupo de 1º, con una alta tasa de rendimiento. Se han mejorado los resultados del curso anterior.

Ha habido rapidez para detectar los puntos más conflictivos y se han reenfocado. En las materias más complicadas, se han establecido controles y herramientas de aprendizaje diversas para obtener una mayor tasa de rendimiento.

La utilización de diferentes instrumentos de evaluación ha permitido tener en cuenta las diferentes competencias de los alumnos y que el peso principal no lo tenga únicamente la capacidad para superar una prueba escrita. Se ha comprobado que había un buen conocimiento general del alumnado y de sus debilidades y fortalezas.

También se establecieron los premios de excelencia para cada curso, que se entregan solemnemente en la Ceremonia de Graduación. Estaba como una propuesta de mejora que se ha implementado.

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

Tal y como establece el Plan de Encuestas Anual del Área, la satisfacción del alumnado con la Titulación se realiza en dos momentos que consideramos claves. Satisfacción Intermedia de la Titulación, que se realiza en 2º curso lo que permite detectar mejoras que se puedan implementar antes de finalizar el Grado. Y final, es decir, en 4º curso, con el mismo objetivo que el anterior, detectar mejoras que reviertan en el Título y por tanto en la formación y transformación del Alumnado.

A continuación, se puede ver el detalle de los resultados obtenidos en las Encuestas de Satisfacción Intermedia de Titulación del Grado en Marketing.

Resultados del programa	Media	Desviación típica
Fortalecer e incrementar mis conocimientos	8,50	1,28
Implantación a corto/medio plazo de los conocimientos en el mundo laboral	8,15	1,27
Despertar inquietudes emprendedoras	8,25	1,48
Potenciar mi red de contactos en el mundo empresarial	7,55	2,37
	8,11	1,60
Organización del programa	Media	Desv. Típica
Distribución de trabajos a lo largo del curso	4,95	2,16
Distribución de los exámenes	6,37	2,24
Coordinación de los profesores	7,45	1,96

Publicación de convocatorias de exámenes	8,25	1,33
	6,75	1,92

Estructura del programa	Media	Desv. Típica
Distribución de contenidos entre asignaturas	7,15	1,42
Enfoque Internacional de los contenidos	6,70	1,59
Enfoque teórico/práctico de los contenidos	7,90	1,29
	7,25	1,44
Personal docente	Media	Desv. Típica
Personal Docente	8,25	1,21
	8,25	1,21
Metodología de enseñanza - aprendizaje	Media	Desv. Típica
Métodos Docentes que favorecen implicación activa del participante en clase	7,85	1,60
Criterios de Evaluación	7,10	1,86
Tutorías	7,30	1,53
Aprendizaje a través de mis compañeros	6,85	1,39
Documentación Soporte	7,55	1,54
	7,33	1,58
Formación integral: profesional y personal	Media	Desv. Típica
Formación en habilidades de desarrollo Humano (valores éticos)	7,50	1,47
Formación en habilidades de gestión directiva	7,45	1,79
Aprendizaje de otros idiomas	7,75	1,86
Formación en habilidades con herramientas informáticas	7,40	1,81
Formación en trabajo en equipo	8,21	2,73
	7,66	1,93
Acceso y atención al participante de ESIC	Media	Desv. Típica
Actividades de acogida	8,10	1,37
Actividades de tutorización en el estudio del curso	7,65	1,42
Actividades de orientación profesional y personal	7,75	1,52
Canales para realizar felicitaciones, quejas y sugerencias	7,75	1,62
Accesibilidad a la Dirección Académica	8,25	1,80
Actividades de ayuda en el desarrollo del curso, de tipo administrativo, organizativo, etc	8,25	1,45
Atención mediante canales web	7,65	1,42
	7,91	1,52
Infraestructuras e instalaciones	Media	Desv. Típica
Aulas de clase	8,10	1,41
Sistema de consulta de libros	7,95	2,35
Espacios y accesibilidad de la Biblioteca	7,58	2,57
Venta de Libros	7,75	1,55
Salas de trabajo en equipo	8,37	2,56

Aulas de informática	8,70	1,26
Servicio de Fotocopias	7,00	1,95
Maquinas Vending	7,60	1,79
Servicio de Datos (Wifi)	7,60	1,54
Accesibilidad de las infraestructuras (Recursos adaptados como son rampas, aseos, mesas, lenguaje braille, etc.)	9,05	1,35
Instalaciones en general	8,15	1,23
	7,99	1,78

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:

Reunión Primer Semestre 14/11/2017

Se comenta la razón de estas reuniones y que a partir de ahora serán conjuntas con todos los delegados que haya cada año. De esta manera, la transparencia y poner en común otras experiencias, entendemos que es enriquecedor para todas las partes.

Se explica en qué va a consistir la visita de la vicerrectora y la Comisión de Titulación, puntualizando que al año que viene formarán parte de la Comisión uno de los delegados de 2º y otro de 1º.

También se les adelanta el plan de acción tutorial, que se ha desarrollado para todo el Grado, explicando paso a paso qué se hace durante cada curso/semestre.

Se sigue el orden del día:

- Análisis de las propuestas que se plantearon en la reunión previa.
- Luego se habla del clima en clase
- Estado de las instalaciones
- Profesores y asignaturas

En otras consideraciones se trata de la conveniencia de tener alguna identificación que vinculara con la Universidad San Jorge; la importancia de la puntualidad y se explica el criterio de poner como falta el retraso en clase. Se explican los premios de excelencia y qué se pretende con ellos. Y se comenta lo positivo de la vista a empresas y la conveniencia de una jornada del deporte, en especial, de esquí.

Reunión Segundo Semestre 2/5/2018

Se reúnen los delegados de 1º y 2º con el Director Académico y la Secretaria de Grado.

Temas tratados

- Temas generales sobre organización en clase, PAT.
- Repaso del acta anterior

- Comentarios por cursos
 - Clima en clase
 - Temas académicos
 - Tutorías y disponibilidad de docentes
- Propuestas y otras consideraciones

Sobre el primer curso, se trata sobre dos situaciones particulares de alumnos que no están siguiendo con continuidad la asistencia a clase y la evaluación continua y sobre los profesores, en particular la materia de Técnicas de venta. Por otro lado, valoran muy positivamente el test de competencias.

En segundo también hay alguna situación concreta entre los alumnos, aunque se destaca el buen ambiente general. Se habla de alguna materia concreta, como Distribución y la dificultad de algunos alumnos con el idioma en Brand Strategy.

Proponen crear un equipo de basket y preguntan por el futuro horario de 3º el curso próximo.

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	NP	-	-	-	-
Media Universidad	NP	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	NP	-	-	-	-
Satisfacción de los egresados con la información recibida sobre el programa	NP	NP	-	-	-	-
Satisfacción de los egresados con las metodologías docentes	NP	NP	-	-	-	-
Satisfacción de los egresados con los sistemas de evaluación	NP	NP	-	-	-	-
Satisfacción de los egresados con el personal de apoyo	NP	NP	-	-	-	-
Satisfacción de los egresados con los resultados alcanzados	NP	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	9,56	-	-	-	-
¿Ha sido posible desarrollar las actividades prácticas previstas?	9,3	9,33	-	-	-	-

¿Se han desarrollado las tutorías?	8,9	9,33	-	-	-	-
¿Han asistido la mayoría de los estudiantes regularmente a clase?	8,0	8,00	-	-	-	-
¿Le parece que los conocimientos previos del alumno son adecuados para el aprendizaje de la materia?	6,8	7,56	-	-	-	-

SPECTOS 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	8,22	-	-	-	-
Documentaciones accesibles en formato electrónico	8,6	9,56	-	-	-	-
Servicio de datos fijos (accesibilidad a ordenadores, calidad de los equipos, acceso a red, etc.)	7,4	7,78	-	-	-	-
Servicios de datos móviles (WIFI) (cobertura, facilidad de conexión, etc.)	7,3	7,67	-	-	-	-
Aula	8,7	7	-	-	-	-
Salas de Reuniones y/o Despachos	9,9	6	-	-	-	-
¿Ha realizado las actividades de evaluación previstas?	9,3	9,78	-	-	-	-
¿Cree que el seguimiento docente y/o la evaluación continua han servido para mejorar los resultados de la materia?	8,9	9,33	-	-	-	-
Valore cuantos alumnos se han presentado a la evaluación de la última convocatoria	8,6	9,22	-	-	-	-

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 relacionadas, 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 con 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 2017-18 se ha realizado la encuesta dirigida al Personal Docente para conocer su nivel de satisfacción con el Título.

Se han valorado positivamente los ítems relacionados con el temario, las actividades, las tutorías. Así como las evaluaciones, que se entienden bien organizadas y compensadas.

Las que peor evaluación han recibido se refieren a aspectos físicos de las condiciones del Aula, donde se incluyen los proyectores, que han tenido mucho uso y no se han renovado a tiempo. O la señal wi-fi, que es débil en algunas zonas y se va a proceder a su mejora.

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*

Debido a cambios en la plataforma y con el proveedor de encuestas, no se disponen de los resultados de las encuestas de Satisfacción del Personal de Administración y Servicios con la Titulación.

Una vez se dispongan de dichos resultados se aportará la información.

ASPECTOS ESPECÍFICOS	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%)	NP	-	-	-
Relación con los estudiantes del título	9,5 (100%)	NP	-	-	-
Relación con el profesorado del título	8,8 (100%)	NP	-	-	-
Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, de fechas de exámenes, etc.)	9,3 (100%)	NP	-	-	-
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%)	NP	-	-	-
Recursos materiales y tecnológicos disponibles para prestar servicios al estudiante y/o al profesorado del título	8,5 (100%)	NP	-	-	-
Personal de administración suficiente para atender correctamente la gestión administrativa del título	9,3 (100%)	NP	-	-	-
Personal de servicios suficiente (Oficina Internacional, Dpto. Prácticas, TIC, etc.) para atender correctamente a estudiantes y/o profesorado del título	9,0 (100%)	NP	-	-	-

Nivel de satisfacción general con la gestión de los aspectos académicos-administrativos-servicios del título	9,3 (100%)	NP	-	-	-
--	---------------	----	---	---	---

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. Propuestas de mejora para el curso académico 2018-2019

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: 2018/2019

Código: 2018.MEMORIA.GRMK.001

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

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: 2018.MEMORIA.GRMK.002

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

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	25	-	-	-	-
2	IN-031	Ratio de plazas demandadas / ofertadas	120%	134%	-	-	-	-
3	IN-032	Número de alumnos de nuevo ingreso	23	26	-	-	-	-
4	IN-064	Variación porcentual de matrícula de nuevo ingreso	NP	13%	-	-	-	-
5	IN-033	Ratio de matrícula de nuevo ingreso / plazas ofertadas	0,92	1,04	-	-	-	-
6	IN-034	% de alumnos de nuevo ingreso que han realizado la PAU	91%	96%	-	-	-	-
7	IN-035	Nota de corte PAU	5,0	5,0	-	-	-	-
8	IN-036	Nota media de acceso	6,2	6,5	-	-	-	-
9	IN-039	Número de alumnos de nuevo ingreso en todos cursos excepto primero	NP	2	-	-	-	-
10	IN-040	Número de alumnos matriculados (títulos oficiales)	23	46	-	-	-	-
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	13,5	-	-	-	-
15	IN-017	% PDI doctores / PDI	30%	44%	-	-	-	-
16	IN-114	% PDI acreditados / PDI	10%	0	-	-	-	-
17	IN-020	% de profesores sometidos a evaluación de la actividad docente	NP	-	-	-	-	-
18	IN-069	Tasa de rendimiento	88,4%	94,4%	-	-	-	-
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%	95%	-	-	-	-
23	IN-113	Tasa de evaluación	99,0%	99,3%	-	-	-	-
24	IN-074	Duración prevista media en los estudios	4,0	4	-	-	-	-
25	IN-076	Satisfacción de los alumnos con el Plan de Acción Tutorial	NP	7,3	-	-	-	-
26	IN-077	Satisfacción de los alumnos con el programa de prácticas externas	NP	NP	-	-	-	-
27	IN-078	Satisfacción de los alumnos con el programa de movilidad	NP	NP	-	-	-	-
28	IN-082	Satisfacción de los alumnos con el profesorado	NP	8,25	-	-	-	-
29	IN-085	Satisfacción de los egresados	NP	NP	-	-	-	-
30	IN-086	Satisfacción del profesorado con el programa	NP	8,76	-	-	-	-

ANEXO 2: Comisión de Calidad del Grado en Marketing

Fecha de reunión: 13/12/2018 16.15 hs

Lugar: Aula C2

Asistentes:

Director Académico de ESIC Zaragoza: Vicente Ferrero (en sustitución de Juan Delgado, Director de la Titulación)

Coordinador: Pedro Mata García

Profesor 1: Tamar Buil López-Menchero

Profesor 2: Víctor Laguna Pardo

Delegado: Jorge Orduña Abadías (Estudiante de 3º)

Personal de Gestión: Cristina Merle Lobera (secretaría)

Experto externo: Juan Luis Pintiel

Representante USJ: Alberto Martín (Unidad Técnica de Calidad)

Directora de Calidad Académica Área Universitaria: Maruchy de Obesso

Principales conclusiones:

Cabe destacar como principales conclusiones:

- La mejora de la implantación ordinaria de mecanismos de coordinación e información
- El seguimiento a los alumnos y la evaluación de competencias diversas
- El alto grado de satisfacción, tanto de alumnos como de personal docente y de apoyo.
- Los buenos resultados académicos.

Maruchy de Obesso ha hecho hincapié en el esfuerzo para revisar todos los procedimientos del sistema interno de garantía de calidad, recuerda que han sido validados por todos los grupos de interés y que están disponibles para su consulta.

Pedro Mata ha comentado el apoyo recibido por parte de ESIC a los doctores para el proceso de acreditación.

Tamar Buil destaca la innovación docente en las aulas.

Juan Luis Pintiel, como asesor externo, remarca la conveniencia de incrementar las visitas a empresas, así como, de profesionales a las aulas.

Cristina Merle comenta el proceso de accesibilidad del edificio.

Tras la presentación de la Memoria Anual del Programa por parte de la Comisión de 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 2017-2018.