

Memoria Anual del Programa

Grado en Marketing (ESIC)

Curso Académico 2019-2020



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. Análisis datos de matrícula	6
1.7. Tamaño de los grupos	6
1.8. Mecanismos de coordinación docente.....	6
2. CAMBIOS INTRODUCIDOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS	7
2.1. Modificaciones realizadas para el curso académico actual.....	7
2.2. Modificaciones comunicadas al Consejo de Universidades para el próximo curso académico	7
Criterio 2. Información y transparencia	8
Criterio 3. Sistema de garantía interno de calidad (SGIC)	9
3. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	9
3.1. Situación del sistema: modificaciones realizadas.....	9
3.2. Quejas y reclamaciones	9
3.2.1. Resumen de incidencias, sugerencias y reclamaciones recibidas.....	9
3.2.2. Resumen de incidencias, sugerencias y reclamaciones recibidas (por temas).....	10
3.2.3. Análisis de incidencias, sugerencias y reclamaciones.....	10
DIMENSIÓN 2. RECURSOS	11
Criterio 4. Personal académico	11
4. PROFESORADO	11
4.1. Datos profesorado	11
4.1.1. Profesorado 2019-2020	11
4.1.2. Promedio de dedicación al título del profesorado.....	12
4.1.3. Perfil profesorado.....	12
4.1.4. Categoría del profesorado.....	13
4.1.5. Ratio alumnos/profesor	15
4.1.6. Participación del profesorado en proyectos en innovación docente.....	15
4.2. Análisis profesorado.....	16
4.3. Calidad del profesorado	17
4.3.1. Número de profesores/materia evaluados	18
4.3.2. Resultados de evaluación parcial del profesorado.....	18
4.3.3. Resultados de evaluación completa del profesorado	19
4.3.4. Análisis evaluación profesorado.....	19
4.3.5. Cursos de formación	19
4.3.6. Valoración de la actividad investigadora del profesorado.....	20

Criterio 5. Personal de apoyo, recursos materiales y servicios	21
5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS	21
5.1. Infraestructuras	21
5.2. Personal de apoyo	21
5.3. Calidad de las prácticas externas	21
5.3.1. Evaluación de las prácticas externas	21
5.3.2. Entidades externas donde se han realizado las prácticas.....	22
5.3.3. Análisis calidad prácticas externas	22
5.4. Calidad del programa de movilidad	24
5.4.1. Evaluación del programa de movilidad	24
5.4.2. Destino de alumnos outgoing.....	25
5.4.3. Origen de alumnos inoming.....	25
5.4.4. Análisis calidad programa de movilidad	25
Criterio 6. Resultados de aprendizaje	25
6. MEMORIA DE ACTIVIDADES	25
6.1. Actividades destacadas	25
7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE.....	27
7.1. Distribución de calificaciones	27
7.2. Distribución de calificaciones por materia.....	27
7.3. Tasas de rendimiento	29
7.4. Tasa de rendimiento por materia	29
7.5. Tasa de éxito por materia	31
7.6. Tasa de evaluación por materia	32
7.7. Alumnos egresados	34
7.8. Conclusiones Junta de Evaluación	34
7.9. Acciones implementadas para fomentar la participación de estudiantes en el proceso de aprendizaje.....	34
7.10. Análisis evaluación del aprendizaje.....	35
Criterio 7. Indicadores de satisfacción y rendimiento	36
8. INDICADORES DE SATISFACCIÓN Y RENDIMIENTO	36
8.1. Satisfacción de los alumnos.....	36
8.1.1. Encuestas de evaluación.....	36
8.1.2. Reuniones de delegados.....	36
8.2. Satisfacción de los egresados	39
8.2.1. Encuestas de evaluación.....	39
8.2.2. Análisis satisfacción de egresados.....	39
8.3. Satisfacción del personal docente.....	39
8.3.1. Encuesta de satisfacción de los profesores con el programa.....	39
8.3.2. Reuniones de planificación, coordinación y evaluación.....	40
8.3.3. Análisis satisfacción del profesorado.	41
8.4. Satisfacción del personal no docente	41

8.4.1.	Reuniones de personal no docente	41
8.4.2.	Análisis satisfacción personal no docente	41
8.5.	Inserción laboral de los graduados	42
8.5.1.	Datos inserción laboral al finalizar los estudios.....	42
8.5.2.	Análisis inserción laboral.....	42
Orientación a la mejora		43
9.	SATISFACCIÓN DE AGENTES EXTERNOS.....	43
9.1.	Evaluador externo	43
9.2.	ACPUA.....	43
9.3.	Seguimiento de recomendaciones de ANECA y ACPUA en sus informes	43
10.	PROPUESTAS DE MEJORA.....	44
10.1.	Propuestas de mejora para el curso académico 2020-2021.....	44
10.2.	Implantación de las Mejoras propuestas en el curso anterior 2019-2020.....	44
11.	REVISIÓN DE OBJETIVOS 2019-2020.....	45
12.	PLAN DE ACCIÓN 2020-2021.....	46
ANEXO 1: CUADRO DE INDICADORES.....		477
ANEXO 2: Comisión de Calidad del Grado en Marketing.....		488
ANEXO 3: MODIFICACIONES REALIZADAS COMO CONSECUENCIA DE LA SITUACIÓN SANITARIA EXCEPCIONAL.....		50

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	25	25	-	-
Nº de grupos de teoría en 1º	1	1	1	1	-	-
Número de pre-inscripciones	30	36	38	36	-	-
RATIO PLAZAS DEMANDADAS / OFERTADAS	120%	144%	152%	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	21	28	-	-
Alumnos de nuevo ingreso en otros cursos	NP	2	3	3	-	-
Alumnos matriculados curso anterior	NP	23	46	69	-	-
Graduados curso anterior	NP	NP	NP	NP	-	-
Bajas	0	-3	-1	-1	-	-
TOTAL	23	46	69	99	-	-

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	21	28	-	-
Nº alumnos matriculados en 2º	NP	22	30	23	-	-
Nº alumnos matriculados en 3º	NP	NP	18	27	-	-
Nº alumnos matriculados en 4º	NP	NP	0	18	-	-

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	2	4	-	-
EVAU	0	8	17	23	-	-
Bachillerato LOE obtenido en el 2015-16 o 2016-17	0	0	1	0	-	-
Formación Profesional	1	1	1	1	-	-
Con título universitario	0	0	0	0	-	-
Mayores de 25 años	0	0	0	0	-	-

Mayores de 40 años	0	0	0	0	-	-
Convalidación estudios extranjeros	1	0	0	1	-	-
Otros casos	0	0	0	0	-	-
TOTAL	23	24	21	28	-	-

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	5,0	5,0	-	-
Nota media de acceso PAU	6,2	6,3	5,8	6,4	-	-
Nota media de acceso EVAU	NP	6,6	6,2	6,5	-	-

1.6. Análisis datos de matrícula

La demanda se ha mantenido estable en cuanto al número final de matrículas. Sin embargo, en período de prematrícula llegó hasta 36 el número de preinscripciones. De ellas, hasta 32 nuevos alumnos llegaron a hacer la matrícula, aunque luego finalmente renunciaron 5. Esto hace indicar que la oferta del Grado se está posicionando bien entre las opciones de quienes acceden a la Universidad y son cada vez más los que acuden a conocerlo y se interesan de una manera efectiva. Se detecta que el número de plazas es insuficiente.

Entre los alumnos de nuevo ingreso, hay 3 que vienen de Grado Formativo Superior de Marketing y Publicidad. También hay 5 nuevos alumnos que vienen de haber estado 1 o 2 años en la Universidad pública y, por diferentes motivos, se han matriculado en nuestro Grado. Al venir fundamentalmente del área de ADE, las posibles materias a reconocer son escasas, pero aun con eso, han querido matricularse. Este hecho ha generado un ambiente en el grupo de 1º de conciencia generalizada de la oportunidad que supone estudiar en estas condiciones de número de alumnos y de cercanía y calidad de los docentes.

Finalmente, en este curso académico se ha producido 1 baja en el primer semestre.

1.7. Tamaño de los grupos

El tamaño de los grupos ha sido muy adecuado y óptimo para seguir en la línea de una metodología educativa basada en el alumno y su responsabilidad. Las sesiones presenciales se han desarrollado convenientemente.

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

1.8. Mecanismos de coordinación docente

La coordinación docente se realiza a través de:

- Director de departamento académico. Se encarga de validar 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: el director del Departamento Académico da las orientaciones oportunas para las materias de su área, así como la Dirección Académica de una manera más global. También hay una coordinación a cargo del profesor coordinador de algunas materias que precisan estar muy alineadas entre sí.
- Jornadas 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>

2. CAMBIOS INTRODUCIDOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS

2.1. Modificaciones realizadas para el curso académico actual

MODIFICACIÓN	VALORACIÓN DE LA MODIFICACIÓN
NP	NP

2.2. Modificaciones comunicadas al Consejo de Universidades para el próximo curso académico

DESCRIPCIÓN DE LA MODIFICACIÓN	JUSTIFICACIÓN
NP	NP

La documentación oficial del Título, se puede consultar en la web corporativa en el siguiente link:

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

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 la de ESIC –el Campus Virtual–, 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 2020		CURSO 2020-2021	
	GUÍAS MATERIAS IMPARTIDAS	GUÍAS MATERIAS NO IMPARTIDAS	GUÍAS MATERIAS IMPARTIDAS	GUÍAS MATERIAS NO IMPARTIDAS
100%	1º, 2º, 3º, 4º	-	1º, 2º, 3º, 4º	-

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

3. SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

3.1. Situación del sistema: modificaciones realizadas

En el curso anterior se puso 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.

A tal fin, se convocaron distintos grupos de trabajo con diferentes perfiles académicos del Área y con la participación además del Campus de Zaragoza.

Una vez revisados 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 ver 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 consultar 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/ficha_tecnica/grado-oficial-marketing-zaragoza?s=garantia_comision

3.2. Quejas y reclamaciones

3.2.1. Resumen de incidencias, sugerencias y reclamaciones recibidas

TIPO	ALUMNOS	PERSONAL DOCENTE	PERSONAL NO DOCENTE	OTROS	TOTAL
Sugerencias	1	0	0	0	1
Incidencias	0	0	0	0	0
Reclamaciones	0	0	0	0	0
Agradecimiento	1	0	0	0	1
Comentario	3	0	0	0	3
Consulta	0	0	0	0	0
No conformidad	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0
Queja	2	0	0	0	2
Queja ambiental	0	0	0	0	0

TOTAL	7
--------------	----------

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

TEMA	TOTAL
Cafetería	1
Deportes	0
Transporte	0
Docencia	1
Ordenación académica	0
Plan de estudios	0
Prácticas externas	0
Movilidad	0
Otros	5
TOTAL	7

Sugerencias:

- Poner en las maquinas de vending alimentos más saludables

Comentarios:

- Fuente de agua
- Algún problema de conexión con la WIFI
- Les gustaría que hubiera más ambiente internacional

Queja:

- Alumnos que llegan tarde, e interrumpen.
- Asignaturas optativas.

Agradecimiento

- Los delegados de los 4 cursos agradecen la gestión y seguimiento personalizado durante el confinamiento.

3.2.3. 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: Comunicar/recordar nuestra Política de Calidad, así como el Buzón de Sugerencias virtual.

Causa: No uso del Buzón de Sugerencias virtual.

Acciones a desarrollar: Comunicado a los diferentes grupos de interés, sobre la Política de Calidad de ESIC y Buzón de sugerencias.

Responsables: Calidad Académica del Área Universitaria y Calidad Institucional.

Procedencia de la Mejora: Comisión de la Titulación

Área de aplicación: Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2020/2021

Código: 2020.MEMORIA.GRMK.001

Indicador: Nº de sugerencias recibidas a través del Buzón Virtual

DIMENSIÓN 2. RECURSOS

Criterio 4. Personal académico

4. PROFESORADO

4.1. Datos profesorado

4.1.1. Profesorado 2019-2020

PRIMERO

MATERIA	GRUPO	APELLIDOS	NOMBRE	ECTS IMPARTIDOS
Introducción al marketing	A	Delgado de Miguel	Juan	9
Estadística aplicada al marketing	A	Buil López-Menchero	Tamar	6
Economía de la empresa	A	Mata García	Pedro	9
English for business	A/B	Higelmo Martínez	Eva	6
Fundamentos De comunicación	A	Gómez Campillo	María	6
Técnicas de investigación de mercados	A	Buil	Tamar	6
Informática	A	Jordán	Pablo	6
Psicología	A	Laguna	Víctor	6
Negociación comercial	A	Gordo	Juan Carlos	3
Técnicas de venta	A	Buil	Juan	3
TOTAL				60

MATERIA	GRUPO	APELLIDOS	NOMBRE	ECTS IMPARTIDOS
Entorno jurídico de la empresa	A	Ferrero	Vicente	6
Marketing estratégico	A	Delgado	Juan	6
Sociología	A	Navarro	Pedro	6
Dirección comercial	A	Rico	Óscar	6
Pensamiento Social Cristiano	A	García Bas	Leticia	6
Comportamiento del consumidor	A	Bernués	Jara	4,5
Deontología del Marketing	A	Ferrero	Vicente	4,5
Dirección de producto	A	Lacasa	Macarena	6
Dirección de distribución	A	Gil	Ángel	6
Strategy Brand Management	A	Buil	Tamar	4,5
Gestión de precios	A	Mata	Pedro	4,5
TOTAL				60

MATERIA	GRUPO	APELLIDOS	NOMBRE	ECTS IMPARTIDOS
Dirección de equipos comerciales	A	Gil	Ángel	6
Planificación estratégica de la Publicidad	A	Redrado	Esmeralda	3
Inteligencia aplicada al Marketing Digital/Digital Marketing Intelligence	A	Buil	Tamar	6
Estrategias de Marketing Digital	A	Gómez Campillo	María	6
Gestión de la Experiencia de Cliente	A	Pascual	Guillermo	6
Métricas y analíticas en el Marketing Digital/Digital Marketing Metrics and Analytics	A	Liste	Guiomar	3

Marketing Industrial	A	Gordo	Juan Carlos	4,5
Comercio Electrónico/E-commerce	A	Larraz	Carlos	4,5
Neuromarketing	A	Caballero	Miguel Angel	4,5
Gestión intercultural/Cross Cultural Management	A	Liste	Guiomar	4,5
Modelos de negocio en la Economía Digital/Business Models in the Digital Economy	A	Mata	Pedro	4,5
Marketing a través de dispositivos móviles/Mobile Marketing	A	Royo	Víctor	4,5
Ética	A	Ferrero	Vicente	3
TOTAL				60

CUARTO

MATERIA	GRUPO	APELLIDOS	NOMBRE	ECTS IMPARTIDOS
Dirección Estratégica	A	Gil	Angel	6
Plan de Marketing Integrado	A	Delgado	Juan	6
International Marketing and Trade	A	Morató	Anna	6
Optativa 1: Marketing turístico	A	Plumed	Marta	4.5
Optativa 2: Social Media Marketing	A	Liste	Guiomar	4.5
Simulador de Marketing	A	Pascual	Guillermo	3
Optativa 3: Gestión de proyectos en entornos digitales	A	García Martín	Guillermo	6
Prácticas Externas	A	Laguna	Víctor	18
Trabajo Fin de Grado	A	Gil	Angel	6
TOTAL				60

4.1.2. Promedio de dedicación al título del profesorado

2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
100,0%	70%	94%	95%	-	-

4.1.3. Perfil profesorado

APELLIDOS	NOMBRE	ECTS IMPARTIDOS	CATEGORÍA ACADÉMICA	ACREDITADO ANECA	SEXENIOS
Delgado	Juan	21	Doctor en Sociología	NO	
Mata	Pedro	18	Doctor en Economía de las Organizaciones	NO	
Higelmo	Eva	6	Licenciada en Filología Inglesa	NO	
Gómez Campillo	María	12	Doctora en Economía de las Organizaciones	NO	
Buil	Tamar	22,5	Doctora en Marketing	NO	
Jordán	Pablo	6	Doctor en Economía y Gestión de las Organizaciones	NO	
Laguna	Víctor	6	Doctorando en "Economía y Dirección Empresas"	NO	
Gordo	Juan Carlos	9	Graduado en ADE	NO	
Buil	Juan	3	Licenciado en Derecho	NO	
Ferrero	Vicente	13,5	Doctor en Ética	NO	

Royo	Víctor	6	Graduado en ADE	NO	
Rico	Óscar	6	Doctorando en Marketing	NO	
García Bas	Leticia	6	Doctoranda en Psicología	NO	
Navarro	Pedro	4,5	Doctorando en Sociología	NO	
Lacasa	Macarena	6	Licenciada en Publicidad y RRPP	NO	
Redrado	Esmeralda	3	Doctora en Comunicación	NO	
Pascual	Guillermo	9	Ingeniero de Telecomunicaciones	NO	
Larraz	Carlos	4,5	Licenciado en ADE	NO	
Caballero	Miguel Angel	4,5	Doctor en CC Químicas	NO	
Morató	Anna	6	Licenciada en ADE	NO	
Gil Gallego	Angel	18	Ingeniero Industrial	NO	
Liste	Guiomar	12	Doctora en Veterinaria	SI	
Plumed	Marta	4,5	Doctora en Sociología	SI	
Bernués	Jara	4,5	Doctora en Comunicación	SI	
García Martín	Guillermo	6	Doctor en Ciencias Económicas	SI	

4.1.4. Categoría del profesorado

Materia	profesor	ECTS	aced	doct	Licen/grad
Introducción al Marketing	PROF 1 - TC	9		9	
Estadística aplicada al Marketing	PROF 2 - TC	6		6	
Economía de la Empresa	PROF 3 - TC	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 2 - TC	6		6	
Informática	PROF 1 - TP	6		6	
Psicología	PROF 6 - TC	6			6
Negociación Comercial	PROF 2 - TP	3			3
Técnicas de venta	PROF 3 - TP	3			3
Entorno jurídico de la empresa	PROF 7 - TC	6		6	
Marketing Estratégico	PROF 1 - TC	6		6	
Sociología	PROF 4 - TP	6			6
Dirección Comercial	PROF 5 - TP	6			6
Pensamiento Social Cristiano	PROF 8 - TC	6			6
Comportamiento del Consumidor	PROF 6 - TP	4,5	4,5	4,5	
Deontología del Marketing	PROF 7 - TC	4,5		4,5	
Dirección de Producto	PROF 7 - TP	6			6
Dirección de Distribución	PROF 8 - TP	6			6
Gestión estratégica de marca/ Strategy Brand Management	PROF 2 - TC	4,5		4,5	
Gestión de Precios	PROF 3 - TC	4,5		4,5	
Dirección de equipos comerciales	PROF 8 - TP	6			6
Planificación estratégica de la Publicidad	PROF 9 - TP	3		3	
Inteligencia aplicada al Marketing Digital/ Digital Marketing Intelligence	PROF 2 - TC	6		6	

Estrategias de Marketing Digital	PROF 5 - TC	6		6	
Gestión de la Experiencia de Cliente	PROF 10 - TP	6			6
Métricas y analíticas en el Marketing Digital/ Digital Marketing Metrics and Analytics	PROF 11 - TP	3	3	3	
Marketing Industrial	PROF 2 - TP	4,5			4,5
Comercio Electrónico/ E-commerce	PROF 12 - TP	4,5			4,5
Neuromarketing	PROF 13 - TP	4,5		4,5	
Gestión intercultural/ Cross Cultural Management	PROF 11 - TP	4,5	4,5	4,5	
Modelos de negocio en la Economía Digital/Business Models in the Digital Economy	PROF 3 - TC	4,5		4,5	
Marketing a través de dispositivos móviles/Mobile Marketing	PROF 14 - TP	4,5			4,5
Ética	PROF 7 - TC	3		3	
Dirección Estratégica	PROF 7 - TP	6			6
Plan de Marketing Integrado	PROF 1 - TC	6		6	
International Marketing and Trade	PROF 15 - TP	6			6
Optativa 1: Marketing turístico	PROF 16 - TP	4,5	4,5	4,5	
Optativa 2: Social Media Marketing	PROF 11 - TP	4,5	4,5	4,5	
Simulador de Marketing	PROF 10 - TP	3			3
Optativa 3: Gestión de proyectos en entornos digitales	PROF 17 - TP	6	6	6	
Prácticas Externas	PROF 6 - TC	18			
Trabajo Fin de Grado	PROF 8 - TP	6			
		240	27 (21%)	127,5 (59%)	88,5 (41%)

% 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%	0%	16%	-	-
% doctores no acreditados		30%	30%	42%	32%	-	-
% doctorandos	38,3%	30%	30%	12%	16%	-	-
% licenciados/ diplomados/ graduados		30%	40%	46%	36%	-	-

% 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%	0%	21%	-	-
% doctores no acreditados		35%	44%	61%	38%	-	-

% doctorandos	39,0%	35%	26%	10%	22,5%	-	-
% licenciados/ diplomados/ graduados		20,0%	30%	29%	18,5%	-	-

(*) Previsión para implantación completa de la titulación.

4.1.5. Ratio alumnos/profesor

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Alumnos matriculados EJC	19,2	44,5	70	90	-	-
PDI EJC	1,7	3,3	5	6,6	-	-
RATIO ALUMNOS/PROFESOR	11,3	13,5	14	13,7	-	-

4.1.6. Participación del profesorado en proyectos en innovación docente

PROYECTO	MATERIA	PROFESORES PARTICIPANTES
Implantación de CANVAS como plataforma docente de comunicación con alumnos. Desarrollo entre junio y julio. Conocimiento de la herramienta y experiencias de uso para innovación docente en aula y fuera de ella	ESIC Zaragoza	Los 25 profesores del equipo docente
Estrategias de Marketing Digital, efecto WOW aportado por alumnos al aula basado en sus investigaciones.	Estrategias de Marketing Digital	María Gz Campillo
Aprendizaje experiencial individual y uso de la transversalidad en contenidos mediante la creación y el análisis de un blog.	Digital Metrics & Analytics	Guiomar Liste
Clase invertida y aprendizaje experiencial grupal para entender y absorber conceptos definitorios de los diferentes clusters culturales	Cross-Cultural Management	Guiomar Liste
Aprendizaje individual a través de representaciones artísticas (cine) para estimular el pensamiento crítico	Cross-Cultural Management	Guiomar Liste
Análisis de estrategias de place branding. Varias actividades en el aula: - Estudios de caso: citybranding en Zaragoza y marca España - Análisis de vídeos promocionales: los alumnos ven vídeos promocionales y deben adivinar el tipo de estrategia y el público objetivo - Análisis de marcas territoriales -	Marketing turístico	Marta Plumed
Conexión de los prework con el programa Perusall para evaluar el trabajo previo	Deontología del Marketing, Ética	Vicente Ferrero
Adaptación a la impartición en formato online durante el confinamiento. En breve tiempo hubo muchas iniciativas que facilitaron la integración y el seguimiento de la materia. - Debates en línea - Presentaciones en remoto - Test en plataforma - Peer assessment	ESIC Zaragoza	Profesores del segundo cuatrimestre

Publicación científica en congreso internacional: Buil T., Delgado J., Pinar J.V., Liste G. (2020) "Post-it mapping": analogical disruption in the classroom. 6th International Conference on Higher Education Advances (HEAd'20). Editorial Universitat Politècnica de València. 317-324. https://doi.org/10.4995/HEAd20.2020.11048 .	Marketing Intelligence.	Tamar Buil, Juan Delgado y Guiomar Liste.
Publicación científica en congreso internacional: Pinar, J. V., Lisbona P., Liste G. (2020). Intelligent Learning Management Systems for Automated Curriculum Personalization: Negative students' perceptions. 12th International Conference on Education and New Learning Technologies. In Proceedings EDULEARN20, 5249-5254. DOI: 10.21125/edulearn.2020.1373.	tema transversal sobre opiniones Moodle	Guiomar Liste
13 y 14 de junio. VIII Jornadas de Innovación docente de la Universidad San Jorge Competencias del docente para la innovación	Universidad San Jorge	Vicente Ferrero Víctor Laguna

4.2. Análisis profesorado

El profesorado es adecuado al número de alumnos y responde con la calidad esperada. Participa en las reuniones previstas y es correctamente evaluado por los alumnos. Se reúnen con periodicidad para trabajar conjuntamente en el mejor beneficio de los alumnos.

Los Tutores de Grupo también mantienen reuniones con los estudiantes para analizar la evolución del curso, así como tutorías.

Con el fin de fomentar la investigación, se han creado grupos de trabajo de profesores para impartir materias afines o con áreas de conocimiento afines. El Plan de Investigación y Acreditación, lanzado en 2017, contribuirá al aumento tanto de doctores como de doctores Acreditados.

Hay dos grupos de investigación constituidos.

Los datos sobre el profesorado se publican en el siguiente enlace

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

En el curso académico 2019/2020, 2 profesores obtuvieron la acreditación de ANECA.

También se incorporaron otras dos doctoras acreditadas.

A la fecha de este informe, otros dos profesores obtuvieron la acreditación de ANECA.

Propuesta de Mejora al Indicador

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

Causa: Ratio por debajo del establecido en Real Decreto.

Acciones a desarrollar: Seguimiento 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: 2019 - 2020

Código: 2019.MEMORIA.GRMK.001

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

Grado de implantación: continúa en proceso con el objetivo de cumplir las ratios del RD para el curso 20-21.

4.3. Calidad del profesorado

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

En este curso 2019/20 no se realizaron las encuestas de Valoración de la Actividad Docente del profesorado del segundo semestre debido a la situación de excepcionalidad provocada por el COVID-19, y ante la necesidad de adaptación del sistema universitario español a la no presencialidad.

Resultados de encuestas de satisfacción del alumnado con el profesorado (primer semestre):

PLANIFICACIÓN de la actividad docente	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20
1. La información facilitada por el profesor (guía docente) ha resultado útil	7,53	8,01	8,15	8,17
2. Se ha coordinado adecuadamente tareas teóricas y prácticas	7,65	8,06	8,20	8,35
3. Las documentaciones se ajustan al contenido de la asignatura	7,92	8,32	8,32	8,4
4. El profesor prepara, organiza y estructura las actividades en clase	8,1	8,33	8,42	8,55
DESARROLLO de la actividad docente				
5. El profesor explica con claridad y resalta conceptos importantes	8,01	8,27	8,36	8,42
6. El profesor resuelve las dudas y orienta a los alumnos en el aula	8,34	8,53	8,61	8,64
7. El profesor consigue despertar interés por los diferentes temas tratados	7,42	7,87	7,88	7,95
8. El profesor favorece la participación de los estudiantes en el aula	7,96	8,22	8,34	8,27
9. Muestra respeto ante comentarios y opiniones de los demás	8,44	8,63	8,75	8,74
10. Se muestra accesible y receptivo para resolver dudas fuera del aula	8,25	8,57	8,73	8,72
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	8,51	8,63
12. El profesor ha mejorado mis conocimientos y habilidades	7,93	8,07	7,97	8,13
13. El profesor ha transmitido valores de desarrollo humano	7,46	7,77	7,93	8,19
14. El profesor ha sido innovador en algún aspecto de la actividad docente	7,31	7,16	7,78	7,94
VALORACIÓN GLOBAL de la actividad docente				
15. Globalmente puede ser considerado como un buen profesor	8,01	7,90	8,26	8,44

La tasa de representatividad es de un 90,11%

Se ha mantenido el nivel de docencia y se han mejorado los resultados de las encuestas.

Es el primer año en el que se tienen los cuatro cursos completos. Por tanto, ha habido varias materias que era la primera vez que se impartían y no se tenía experiencia previa.

4.3.1. Número de profesores/materia evaluados

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Número de profesores/materias	10	21	24	15	-	-
Número de profesores/materias sometidos a evaluación	10	21	24	15	-	-
% PROFESORES EVALUADOS	100,0%	100%	100%	100%	-	-

*en el segundo *semestre* no se pasaron las evaluaciones, de ahí que el número de docentes evaluados corresponda solo al primer *semestre*.

4.3.2. 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	24	15	-	-
Número de profesores/materias sometidos a evaluación	10	21	24	15	-	-
% profesores sometidos a evaluación parcial	100,0%	100,0%	100%	60%	-	-
Valoración: Excelente	0	0	2	0	-	-
Valoración: Muy bueno	0	4	9	6	-	-
Valoración: Bueno	9	15	10	8	-	-
Valoración: Adecuado	1	2	3	1	-	-
Valoración: Deficiente	0	0	0	0	-	-
Baja tasa de respuesta	0	0	0	0	-	-
VALORACIÓN MEDIA TITULACIÓN	7,9	8,1	8,26	8.38	-	-
VALORACIÓN MEDIA CENTRO	7,9	8,1	8,26	8.38	-	-

Hay un docente con la valoración de adecuado. Se ha hablado ya que al ser la primera vez que se impartía la materia se entiende que no es un problema de adecuación.

4.3.3. *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%	100%	60%	-	-
Valoración: Excelente	0	0	2	0	-	-
Valoración: Muy bueno	0	4	9	6	-	-
Valoración: Bueno	9	15	10	8	-	-
Valoración: Adecuado	1	2	3	1	-	-
Valoración: Deficiente	0	0	0	0	-	-

4.3.4. *Análisis evaluación profesorado*

La evaluación ha sido satisfactoria y se ha mejorado ligeramente la del curso anterior. No se puede establecer una clara comparativa ya que no hay datos del segundo semestre.

Actualmente ESIC está en proceso de revisión del modelo de Evaluación Docente y analizándolo, para una posterior implantación.

4.3.5. *Cursos de formación*

DENOMINACIÓN	OBJETIVO	HORAS
CANVAS. 6 horas • Sesiones presenciales, físicamente y/o digitalmente, a través de videoconferencias. • Elaboración de Tareas entregables, con corrección con feedback. • Revisión de Documentación de apoyo: lecturas de documentación, videotutoriales, entre otros. • Participación en Foros de discusión. • Realización de Cuestionarios de autoevaluación. • Tutorías grupales (dudas, consultoría, compartir buenas prácticas)	Enseñar el manejo de la plataforma docente de ESIC y sacar su aplicación para la implantación de un nuevo modelo docente	6
Formación sobre la herramienta ZOOM	Se impartió a todos los docentes una vez seleccionada como la herramienta para la impartición de las clases de manera remota	4
Enseñanza de español en línea (impartido por ELE Internacional)	Curso en línea cuya finalidad es proveer al profesor de español de las herramientas y estrategias digitales necesarias para impartir clases en línea, emprender y fidelizar alumnos. Si bien el curso se centra en la enseñanza del español como lengua extranjera, los contenidos del curso son igualmente aplicables a la enseñanza en línea de otros idiomas.	50

I CICLO DE FORMACIÓN ONLINE DE WEB OF SCIENCE (DEL 14 AL 20 DE ABRIL 2020) FECYT Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología	El objetivo de este módulo es ofrecer un conjunto de seminarios en tiempo real que aporten información paso a paso al investigador, sobre el uso de la base de datos	15
Digital Business Summit - ESIC Zaragoza - 11 de febrero	Conocer la realidad de la transformación digital de las principales empresas aragonesas	2
Curso de formación en Statista. 12 febrero	Manejar la BBDD	2
Foro de Dirección Comercial. 25 febrero	Conocimiento del estado del arte en dirección comercial	2
Jornadas Blockchain. ESIC Zaragoza	Conocimiento de la situación	2
Formación Balanced Scorecard (BSC). 10, 14 y 17 abril	Acertius Zoom>: manejo del cuadro de mando integral	2
Webinar Blockchain. ESIC Zoom. 27 abril	Completar la Jornada Blockchain	2
Webinar Turismo 4.0. 14 mayo	Cámara de Comercio de Huesca para fomento del turismo y el marketing relacionado	2
Webinar Foro de Marcas. 26 mayo	ESIC Zoom: actuaciones en marketing	1
Webinar Neuromanagent. 27 mayo	ESIC Zoom: aplicación de la neurociencia	2
Webinar Reconstruyendo Aragón. 22 junio	ESIC Zoom: medidas para remover la economía	1
Webinar Liderazgo ReVuca. 22 junio	ESIC Zoom: liderazgo en nuevos contextos	1
OIKOS Curriculum Academy: Designing Economics and Management Education for Sustainability. 18-20 septiembre	Objetivo: oportunidades y retos de la educación superior en las áreas de empresa y economía, con especial foco en la inclusión de la sostenibilidad en el currículo	8

4.3.6. Valoración de la actividad investigadora del profesorado

El plan de fomento de la actividad investigadora del profesorado sigue su curso en Zaragoza. Tras su comienzo en 2017, en este curso se ha continuado con la formación y el apoyo a profesores para publicar sus investigaciones.

Se han constituido dos grupos de investigación. Los grupos comienzan de forma oficial en septiembre, con dos IP del personal docente, cuatro miembros del claustro y miembros externos.

Como fruto de algunas publicaciones conseguidas por miembros del claustro, a fecha de este informe hay dos acreditados más entre el equipo docente.

Con respecto al Personal Docente de la Titulación, la información referida a la investigación se puede consultar en Claustro de Profesores: <https://www.esic.edu/institucion/claustro-profesores/>

Criterio 5. Personal de apoyo, recursos materiales y servicios

5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

5.1. Infraestructuras

El edificio consta de 4 plantas:

- Planta -1=> Sala polivalente, aula de informática, salón actos, aula S1
- Planta 0=> Dirección, aulas A1-A4 y ESIC IDIOMAS. Cafetería con vending.
- Plantas 1=> Aulas B1-B5.
- Planta 2=> Administración, sala de profesores, aulas C1-C8 (C7-C8 seminarios para trabajo en grupo). Zona de vending.

El centro permanece abierto al público en el siguiente horario: De lunes a viernes: de 8:00 a 22:00 horas, sábados: de 9 a 14.

La biblioteca permanece abierta **al préstamo** de 9 a 14 horas. Se puede pedir con antelación en el correo Leticia.garcia@esic.edu

5.2. Personal de apoyo

APELLIDOS	NOMBRE	ÁREA	CARGO	% DEDICACIÓN AL TÍTULO
Merle Lobera	Cristina	Académica	Secretaria grado Zaragoza	80%
Ferrero Muñoz	Vicente	Académica	Director académico Zaragoza	70%
Serrano Francés	Miguel Ángel	Administración	Responsable administración Zaragoza	40%
Pérez Enseñat	Ana	Unidad desarrollo profesional	Responsable UDP Zaragoza	30%
Sangó Oriente	Antonio	Dirección	Director ESIC Zaragoza	30%

5.3. 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).

5.3.1. 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	NP	16	-
Número de alumnos que han realizado prácticas externas	NP	NP	NP	15	-
Número de alumnos que han superado la materia de prácticas externas	NP	NP	NP	15	-

Satisfacción de los alumnos con el programa de prácticas externas	NP	NP	NP	-	-
Satisfacción del tutor con el programa de prácticas externas	NP	NP	NP	-	-
Satisfacción de la entidad con el programa de prácticas externas	NP	NP	NP	-	-

5.3.2. Entidades externas donde se han realizado las prácticas

ENTIDAD EXTERNA	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	Satisfacción del alumno
	NP	NP	NP	13	NP

GESTIÓN DE PROYECTOS FRANCISCO ARTAL S.L.
FRUTOS SECOS EL RINCON
PIRENAUTO
AUTOMOVILES ARTAL
YNSITU
NUREL
SA COMUNICACIÓN
PARIVER
SAICA
ESMEDRAGO SLU
HELICOIDAL TRANSPORTADORES
BODEGAS LARRE
DKV

5.3.3. Análisis calidad prácticas externas

A continuación, se detallan los resultados de satisfacción de las Prácticas Externas por parte del Alumnado y del Tutor Externo de Prácticas (Empresa)

Valoración por parte del Alumnado

Fecha Emisión Informe	01/09/2020
Nº Registros Totales	4
Tamaño de muestra	15
Tasa de Respuesta	26,67%

Información y asignación de los programas de prácticas externas	Media	Desv	Dispersión
Información recibida sobre los programas de prácticas externas de ESIC:	9,5	0,6	Baja_Media Representativa
Satisfacción con la amplitud de la oferta de prácticas en empresa:	9,5	1,0	Baja_Media Representativa
Información recibida acerca del proyecto formativo de tus prácticas externas (objetivos, actividades a realizar, criterios de evaluación...):	9,5	1,0	Baja_Media Representativa
Procedimiento de selección y adjudicación de prácticas externas:	9,3	1,0	Baja_Media Representativa

Adecuación del momento de realización de las prácticas externas dentro del Plan de Estudios	9,5	0,6	Baja_Media Representativa
Gestión y orientación prestada por el Departamento de Prácticas de ESIC:	9,5	1,0	Baja_Media Representativa
Adecuación de la estancia en la empresa o institución en relación con el periodo que estimas conveniente para tu formación práctica	9,5	1,0	Baja_Media Representativa
Compatibilidad de las prácticas externas con las obligaciones académicas presenciales en la Universidad	9,0	1,4	Baja_Media Representativa
Utilidad de la información sobre prácticas externas disponible en la web de ESIC	8,5	1,3	Baja_Media Representativa
	9,31	0,98	
Empresa o institución donde se desarrollan las prácticas	Media	Desviación	Dispersión
Acogida por parte de la empresa o institución en mi incorporación a las prácticas	9,75	0,5	Baja_Media Representativa
Adecuación de las tareas encomendadas a la titulación cursada	9,25	1,0	Baja_Media Representativa
Grado de satisfacción con el ambiente de trabajo durante el periodo de prácticas	10	0,0	Baja_Media Representativa
Disponibilidad de medios para el desarrollo de las prácticas	9,5	1,0	Baja_Media Representativa
	9,63	0,61	
Tutor Académico de ESIC (Prácticas Curriculares).	Media	Desviación	Dispersión
Asesoramiento recibido durante el desarrollo de las prácticas externas	6,3	4,1	Alta
Atención brindada por el tutor académico cuando has necesitado que te dirigiera en el desarrollo de una tarea.	6,0	3,9	Alta
Compromiso del tutor académico con el normal desarrollo del proyecto formativo	6,5	4,4	Alta
Sistema de evaluación académica de las prácticas externas	5,8	3,6	Alta
	6,13	4,00	
Tutor externo	Media	Desviación	Dispersión
Acogida por parte del tutor de la empresa o institución:	9,8	0,5	Baja_Media Representativa
Organización de la actividad a desarrollar:	9,5	0,6	Baja_Media Representativa
Información proporcionada sobre la organización y funcionamiento de la empresa o institución y sobre la normativa de interés:	9,5	0,6	Baja_Media Representativa
Formación complementaria que el tutor te ha proporcionado para la realización de las prácticas.:	10,0	0,0	Baja_Media Representativa
Atención brindada por el tutor de la empresa o institución cuando has necesitado que te dirigiera en el desarrollo de una tarea:	10,0	0,0	Baja_Media Representativa
Seguimiento y supervisión por parte del tutor de la empresa o institución:	9,8	0,5	Baja_Media Representativa
	9,75	0,36	
Formación adquirida	Media	Desviación	Dispersión
Adquisición y desarrollo de competencias profesionales:	9,5	0,6	Baja_Media Representativa
Grado de relación entre las competencias adquiridas en la titulación y en las prácticas externas:	9,3	1,0	Baja_Media Representativa
Grado de posibilidad de aplicar en las prácticas los conocimientos adquiridos en tu titulación:	9,5	1,0	Baja_Media Representativa
Orientación profesional recibida durante la realización de las prácticas:	9,8	0,5	Baja_Media Representativa
	9,50	0,76	
Valoraciones generales	Media	Desviación	Dispersión
Satisfacción con el cumplimiento del proyecto formativo de las prácticas externas:	10,0	0,0	Baja_Media Representativa
Valor añadido por las prácticas a la formación académica:	9,5	0,6	Baja_Media Representativa
Una vez finalizadas las prácticas externas ¿en qué medida han aumentado tus expectativas de obtener un empleo?:	9,3	1,0	Baja_Media Representativa
Satisfacción general con la empresa o institución donde has realizado las prácticas externas:	10,0	0,0	Baja_Media Representativa
Satisfacción general con el tutor de la empresa o institución:	9,8	0,5	Baja_Media Representativa

Satisfacción general con el tutor académico de ESIC (para prácticas curriculares):	8,5	2,4	Baja_Media Representativa
Coordinación tutor académico y/o dpto. de prácticas - tutor externo - estudiante:	8,5	2,4	Baja_Media Representativa
Satisfacción general con el Dpto. de Prácticas de ESIC:	9,8	0,5	Baja_Media Representativa
Satisfacción global con las prácticas externas:	9,8	0,5	Baja_Media Representativa
	9,44	0,87	

Valoración por parte del Tutor Externo

Nº Registros Totales	4
-----------------------------	---

Valoraciones generales de satisfacción	Media	Desviación	Dispersión
La adaptación e integración del alumno/s a la empresa / entidad ha sido adecuada:	8,50	2,38	Baja_Media Representativa
La relación entre la formación académica del estudiante y las actividades a desarrollar en las prácticas fueron adecuadas	8,00	2,16	Baja_Media Representativa
La duración de las prácticas es adecuada	8,50	1,29	Baja_Media Representativa
Valore los sistemas de evaluación aplicados a la práctica	8,25	2,22	Baja_Media Representativa
De forma global exprese el grado de utilidad del trabajo realizado por el personal en prácticas de ESIC	8,25	2,22	Baja_Media Representativa
	8,3	2,1	
Indique de los siguientes factores que determinaron la contratación en prácticas de alumnos de ESIC frente a candidatos de otras Universidades	Media	Desviación	Dispersión
Perfil del Candidato	8,75	1,89	Baja_Media Representativa
Referencias de anteriores alumnos en prácticas de ESIC	6,50	4,04	Alta
Formación del Candidato (Titulación cursada)	8,25	1,71	Baja_Media Representativa
Resolución del Candidato en las pruebas de acceso a la Práctica	7,50	4,36	Alta
	7,8	3,0	
Valoración del departamento de prácticas	Media	Desviación	Dispersión
La información recibida	8,5	1,3	Baja_Media Representativa
La atención prestada	8,5	1,3	Baja_Media Representativa
La gestión administrativa	8,8	1,0	Baja_Media Representativa
Satisfacción general con el Departamento	8,5	1,3	Baja_Media Representativa
	8,6	1,2	

5.4. 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).

5.4.1. Evaluación del programa de movilidad

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
Número de alumnos participantes (outgoing)	NP	NP	NP	2	-
% de alumnos participantes (outgoing)	NP	NP	NP	10%	-
Número de destinos	NP	NP	NP	2	-

Satisfacción de los alumnos con el programa de movilidad (outgoing)	NP	NP	NP	NP	-
Número de alumnos no propios acogidos (incoming)	NP	NP	NP	NP	-
Número de orígenes	NP	NP	NP	NP	-
Satisfacción de los alumnos con el programa de movilidad (incoming)	NP	NP	NP	NP	-

5.4.2. Destino de alumnos outgoing

DESTINO	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	Satisfacción del alumno
No procede	NP	NP	NP	Hungría Francia	-
TOTAL	NP	NP	NP	2	

5.4.3. Origen de alumnos incoming

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

5.4.4. Análisis calidad programa de movilidad

En este curso 2019/20 no se realizaron las encuestas de calidad con los programas de movilidad debido a la situación de excepcionalidad provocada por el COVID-19.

Criterio 6. Resultados de aprendizaje

6. MEMORIA DE ACTIVIDADES

6.1. Actividades destacadas

ACTIVIDADES GRADO EN MARKETING ZARAGOZA 2019-2020

Las actividades que se han desarrollado a lo largo del curso 2019-20 con los alumnos de Grado se han visto afectadas en el segundo cuatrimestre por la pandemia originada por el Covid 19.

- Primera promoción completada.

Este año se ha graduado la primera promoción del grado Oficial en Marketing. Se realizó una cena-picoteo de despedida en la Fuente de la Junquera.

Las salidas profesionales de los alumnos en cuanto a empleabilidad están siendo muy positivas. Tenemos cuatro alumnos que prosiguen su proceso formativo en el nuevo MBM y en el MITB.

- Recepción el primer día de clase.

Aparte de los saludos acostumbrados a cada curso en el primer día de clase, con los alumnos de 1º se realizó una recepción a modo de saludo y de dinámica de presentación entre ellos como en años anteriores. Con la presencia del Director Académico, el Director de Titulación y el tutor de primero, el Director del Campus les dirigió unas palabras motivadoras a los alumnos que inician su andadura académica.

- Jornada de Integración de alumnos de Grado el 4 octubre de 2019.

Con la finalidad de que se conozcan más entre los diferentes cursos, esta jornada sirvió para mezclar a los alumnos mediante la celebración de una cena lúdica en la que también intervinieron profesores. La jornada fue un rotundo éxito, sirviendo como hermanamiento entre alumnos y profesores.

- Jornada de Navidad.

El último día de clase antes de Navidad se sirvieron unos turrónes y cava para celebrar la Navidad en las instalaciones de ESIC. Al evento acudieron alumnos de Grado con los que luego se mantuvo un rato de charla y se cantaron unos villancicos.

- Plan de acción tutorial

Además del seguimiento ordinario de los tutores en los diferentes cursos, se pasa a los alumnos de 1º una encuesta psicoprofesional para evaluar su perfil y poder comentarlo posteriormente en una entrevista personal. Se les da un feedback que permite poner las bases del DAFO personal que han de saber hacer en 2º, y de su perfil laboral en 3º. En 4º, el seguimiento se basa más en las prácticas y el desarrollo de competencias profesionales.

- Docencia

Conviene destacar la actividad académica en el periodo de confinamiento. A pesar de lo disruptivo del cambio, tanto alumnos como profesores se adaptaron con rapidez a la nueva situación en remoto. Ello ha permitido enfocar el curso 2020-2021 con mejor preparación tecnológica y con mayor experiencia

- Incorporación de alumnos a actividades externas de ESIC.

Hemos comprobado que hay sesiones dirigidas a público externo que aportan muchísimo valor y que consideramos importantes para el desarrollo de la mentalidad de empresa y servicio que han de tener nuestros alumnos. Estas actividades se vieron comprometidas como consecuencia del confinamiento producido en marzo.

Pese a ello, estas son las actividades desarrolladas:

- Visita a Maquetas Ramiro Hernandez el 22 de octubre para los alumnos de dirección estratégica y de equipos comerciales en la empresa en Conde de Aranda 76.

- Visita a IMASCONO de los alumnos de 3ª el 4 de noviembre. Visita coordinada por el Profesor Guillermo Pascual a IMASCONO, joven empresa de marketing digital liderada por jóvenes emprendedores.

- Visita a las instalaciones de la Plataforma Logística PLAZA el 17 de Febrero, donde los alumnos pudieron conocer de primera mano las actuaciones y proyectos realizados en los últimos 20 años desde la creación del polígono de PLAZA.
- Visita a las instalaciones de la consultora COMEXTIC el pasado lunes 9 de Marzo, donde los alumnos de Habilidades para la Gestión de Proyectos pudieron conocer de primera mano varias herramientas de gestión de proyectos, así como las posibilidades de una consultora tecnológica para la ayuda en este tipo de actividades.

7. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

7.1. Distribución de calificaciones

CALIFICACIÓN	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
No presentado	0,9%	0,8%	0,5%	0,2%	-	-
Suspenseo	8,5%	4,6%	7,1%	3,4%	-	-
Aprobado	42,9%	43,5%	42,9%	42,8%	-	-
Notable	40,6%	44,3%	40,1%	44,0%	-	-
Sobresaliente	5,8%	6,2%	8,7%	8,8%	-	-
Matrícula de honor	1,3%	0,6%	0,6%	0,8%	-	-

7.2. Distribución de calificaciones por materia

MATERIA	No presentado	Suspenseo	Aprobado	Notable	Sobresaliente	Matrícula de honor
ECONOMÍA DE LA EMPRESA	0,0%	16,0%	52,0%	32,0%	0,0%	0,0%
ESTADÍSTICA APLICADA AL MARKETING	0,0%	3,6%	71,4%	21,4%	3,6%	0,0%
FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN	0,0%	0,0%	20,0%	72,0%	8,0%	0,0%
INFORMÁTICA	3,0%	0,0%	72,7%	9,1%	12,1%	3,0%
INGLÉS PARA LOS NEGOCIOS/ENGLISH FOR BUSINESS	0,0%	4,0%	48,0%	36,0%	12,0%	0,0%
INTRODUCCIÓN AL MARKETING	0,0%	31,0%	44,8%	24,1%	0,0%	0,0%
NEGOCIACIÓN COMERCIAL	0,0%	0,0%	32,1%	57,1%	10,7%	0,0%
PSICOLOGÍA	0,0%	0,0%	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	0,0%	16,0%	64,0%	20,0%	0,0%	0,0%
TÉCNICAS DE VENTA	0,0%	0,0%	3,8%	42,3%	50,0%	3,8%
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	0,0%	0,0%	59,3%	33,3%	7,4%	0,0%
DEONTOLOGÍA DEL MARKETING	0,0%	0,0%	30,4%	56,5%	13,0%	0,0%
DIRECCIÓN COMERCIAL	0,0%	0,0%	37,5%	45,8%	12,5%	4,2%
DIRECCIÓN DE DISTRIBUCIÓN	0,0%	0,0%	12,5%	66,7%	20,8%	0,0%

DIRECCIÓN DE PRODUCTO	0,0%	0,0%	25,0%	54,2%	16,7%	4,2%
ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	0,0%	0,0%	55,6%	38,9%	5,6%	0,0%
GESTIÓN DE PRECIOS	0,0%	0,0%	36,4%	63,6%	0,0%	0,0%
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARCA/STRATEGY BRAND MANAGEMENT	0,0%	4,0%	68,0%	28,0%	0,0%	0,0%
MARKETING ESTRATÉGICO	0,0%	14,8%	70,4%	7,4%	7,4%	0,0%
PENSAMIENTO SOCIAL CRISTIANO	0,0%	8,7%	17,4%	60,9%	13,0%	0,0%
SOCIOLOGÍA	0,0%	0,0%	70,8%	25,0%	4,2%	0,0%
COMERCIO ELECTRÓNICO/E-COMMERCE	0,0%	0,0%	54,2%	41,7%	4,2%	0,0%
DIRECCIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES	0,0%	0,0%	20,8%	58,3%	16,7%	4,2%
ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL	0,0%	0,0%	23,1%	69,2%	7,7%	0,0%
ÉTICA	0,0%	0,0%	14,8%	48,1%	37,0%	0,0%
GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE	0,0%	0,0%	26,1%	69,6%	0,0%	4,3%
GESTIÓN INTERCULTURAL/CROSS CULTURAL MANAGEMENT	0,0%	0,0%	64,0%	36,0%	0,0%	0,0%
INTELIGENCIA APLICADA AL MARKETING DIGITAL/DIGITAL MARKETING INTELLIGENCE	0,0%	10,0%	63,3%	26,7%	0,0%	0,0%
MARKETING A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVILES/MOBILE MARKETING	0,0%	0,0%	32,1%	64,3%	3,6%	0,0%
MARKETING INDUSTRIAL	0,0%	0,0%	22,2%	70,4%	7,4%	0,0%
MÉTRICAS Y ANALÍTICAS EN EL MARKETING DIGITAL/DIGITAL MARKETING METRICS AND ANALYTICS	3,8%	0,0%	38,5%	57,7%	0,0%	0,0%
MODELOS DE NEGOCIO EN LA ECONOMÍA DIGITAL/BUSINESS MODELS IN THE DIGITAL ECONOMY	0,0%	0,0%	38,7%	61,3%	0,0%	0,0%
NEUROMARKETING	0,0%	15,4%	69,2%	11,5%	3,8%	0,0%
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA PUBLICIDAD	0,0%	0,0%	41,7%	54,2%	4,2%	0,0%
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	0,0%	0,0%	15,8%	63,2%	15,8%	5,3%
GESTIÓN DE PROYECTOS EN ENTORNOS DIGITALES	0,0%	5,9%	52,9%	41,2%	0,0%	0,0%
MARKETING EN REDES SOCIALES/SOCIAL MEDIA MARKETING	0,0%	6,3%	43,8%	50,0%	0,0%	0,0%
MARKETING INTERNACIONAL/INTERNATIONAL MARKETING AND TRADE	0,0%	0,0%	20,0%	53,3%	26,7%	0,0%
MARKETING TURÍSTICO	0,0%	0,0%	50,0%	44,4%	5,6%	0,0%
PLAN DE MARKETING INTEGRADO	0,0%	0,0%	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%
PRÁCTICAS EXTERNAS	0,0%	0,0%	7,1%	42,9%	50,0%	0,0%
SIMULADOR DE MARKETING	0,0%	0,0%	40,0%	40,0%	13,3%	6,7%
TRABAJO FIN DE GRADO	0,0%	0,0%	20,0%	80,0%	0,0%	0,0%

7.3. 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%	91,7%	95,2%	-	-
Tasa de abandono (10%*)	13%	8,33%	9,52%	NP	-	-
Tasa de graduación (70%*)	NP	NP	NP	NP	-	-
Tasa de eficiencia (65%*)	NP	NP	NP	98,2%	-	-
Tasa de éxito	89,3%	95,0%	92,2%	95,3%	-	-
Tasa de evaluación	99,0%	99,3%	99,4%	99,8%	-	-

* Tasas estimadas en la Memoria de Solicitud de Verificación

7.4. Tasa de rendimiento por materia

Materia	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
COMERCIO ELECTRÓNICO/E-COMMERCE	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	NP	85,0%	80,6%	100,0%	-	-
DEONTOLOGÍA DEL MARKETING	NP	95,2%	92,9%	100,0%	-	-
DIRECCIÓN COMERCIAL	NP	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
DIRECCIÓN DE DISTRIBUCIÓN	NP	90,0%	96,4%	100,0%	-	-
DIRECCIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
DIRECCIÓN DEL PRODUCTO	NP	100,0%	95,8%	100,0%	-	-
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	NP	NP	NP	100,0%	-	-

ECONOMÍA DE LA EMPRESA	90,0%	86,4%	81,8%	84,0%	-	-
ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	NP	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
ESTADÍSTICA APLICADA AL MARKETING	50,0%	93,8%	81,8%	96,4%	-	-
ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
ÉTICA	NP	NP	90,0%	100,0%	-	-
FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN	90,5%	96,0%	95,0%	100,0%	-	-
GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
GESTIÓN DE PRECIOS	NP	100,0%	89,3%	100,0%	-	-
GESTIÓN DE PROYECTOS EN ENTORNOS DIGITALES	NP	NP	NP	94,1%	-	-
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARCA/STRATEGY BRAND MANAGEMENT	NP	75,0%	93,1%	96,0%	-	-
GESTIÓN INTERCULTURAL/ CROSS CULTURAL MANAGEMENT	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
INFORMÁTICA	100,0%	96,0%	65,2%	97,0%	-	-
INGLÉS PARA LOS NEGOCIOS/ENGLISH FOR BUSINESS	95,2%	100,0%	95,0%	96,0%	-	-
INTELIGENCIA APLICADA AL MARKETING DIGITAL/DIGITAL MARKETING INTELLIGENCE	NP	NP	100,0%	90,0%	-	-
INTRODUCCIÓN AL MARKETING	75,0%	96,4%	75,0%	69,0%	-	-
MARKETING A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVILES/MOBILE MARKETING	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
MARKETING EN REDES SOCIALES/SOCIAL MEDIA MARKETING	NP	NP	NP	93,8%	-	-
MARKETING ESTRATÉGICO	NP	89,5%	80,6%	85,2%	-	-
MARKETING INDUSTRIAL	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
MARKETING INTERNACIONAL/INTERNATIONAL MARKETING AND TRADE	NP	NP	NP	100,0%	-	-
MARKETING TURÍSTICO	NP	NP	NP	100,0%	-	-
MÉTRICAS Y ANALÍTICAS EN EL MARKETING DIGITAL/DIGITAL MARKETING METRICS AND ANALYTICS	NP	NP	95,0%	96,2%	-	-
MODELOS DE NEGOCIO EN LA ECONOMÍA DIGITAL/BUSINESS MODELS IN THE DIGITAL ECONOMY	NP	NP	87,5%	100,0%	-	-
NEGOCIACIÓN COMERCIAL	100,0%	96,0%	95,7%	100,0%	-	-
NEUROMARKETING	NP	NP	94,7%	84,6%	-	-
PENSAMIENTO SOCIAL CRISTIANO	NP	95,7%	88,5%	91,3%	-	-
PLAN DE MARKETING INTEGRADO	NP	NP	NP	100,0%	-	-
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA PUBLICIDAD	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
PRÁCTICAS EXTERNAS	NP	NP	NP	100,0%	-	-
PSICOLOGÍA	100,0%	96,2%	91,3%	100,0%	-	-
SIMULADOR DE MARKETING	NP	NP	NP	100,0%	-	-

SOCIOLOGÍA	NP	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	94,7%	90,9%	95,2%	84,0%	-	-
TÉCNICAS DE VENTA	100,0%	96,0%	95,0%	100,0%	-	-
TRABAJO FIN DE GRADO	NP	NP	NP	100,0%	-	-

7.5. Tasa de éxito por materia

Materia	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
COMERCIO ELECTRÓNICO/E-COMMERCE	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	NP	85,0%	80,6%	100,0%	-	-
DEONTOLOGÍA DEL MARKETING	NP	95,2%	92,9%	100,0%	-	-
DIRECCIÓN COMERCIAL	NP	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
DIRECCIÓN DE DISTRIBUCIÓN	NP	94,7%	100,0%	100,0%	-	-
DIRECCIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
DIRECCIÓN DEL PRODUCTO	NP	100,0%	95,8%	100,0%	-	-
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	NP	NP	NP	100,0%	-	-
ECONOMÍA DE LA EMPRESA	90,0%	86,4%	81,8%	84,0%	-	-
ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	NP	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
ESTADÍSTICA APLICADA AL MARKETING	56,3%	93,8%	81,8%	96,4%	-	-
ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
ÉTICA	NP	NP	90,0%	100,0%	-	-
FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN	90,5%	96,0%	95,0%	100,0%	-	-
GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
GESTIÓN DE PRECIOS	NP	100,0%	92,6%	100,0%	-	-
GESTIÓN DE PROYECTOS EN ENTORNOS DIGITALES	NP	NP	NP	94,1%	-	-
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARCA/STRATEGY BRAND MANAGEMENT	NP	78,9%	93,1%	96,0%	-	-
GESTIÓN INTERCULTURAL/ CROSS CULTURAL MANAGEMENT	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
INFORMÁTICA	100,0%	96,0%	68,2%	100,0%	-	-
INGLÉS PARA LOS NEGOCIOS/ENGLISH FOR BUSINESS	95,2%	100,0%	95,0%	96,0%	-	-
INTELIGENCIA APLICADA AL MARKETING DIGITAL/DIGITAL MARKETING INTELLIGENCE	NP	NP	100,0%	90,0%	-	-
INTRODUCCIÓN AL MARKETING	75,0%	96,4%	75,0%	69,0%	-	-
MARKETING A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVILES/MOBILE MARKETING	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
MARKETING EN REDES SOCIALES/SOCIAL MEDIA MARKETING	NP	NP	NP	93,8%	-	-
MARKETING ESTRATÉGICO	NP	89,5%	83,3%	85,2%	-	-

MARKETING INDUSTRIAL	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
MARKETING INTERNACIONAL/INTERNATIONAL MARKETING AND TRADE	NP	NP	NP	100,0%	-	-
MARKETING TURÍSTICO	NP	NP	NP	100,0%	-	-
MÉTRICAS Y ANALÍTICAS EN EL MARKETING DIGITAL/DIGITAL MARKETING METRICS AND ANALYTICS	NP	NP	95,0%	100,0%	-	-
MODELOS DE NEGOCIO EN LA ECONOMÍA DIGITAL/BUSINESS MODELS IN THE DIGITAL ECONOMY	NP	NP	87,5%	100,0%	-	-
NEGOCIACIÓN COMERCIAL	100,0%	100,0%	95,7%	100,0%	-	-
NEUROMARKETING	NP	NP	94,7%	84,6%	-	-
PENSAMIENTO SOCIAL CRISTIANO	NP	95,7%	88,5%	91,3%	-	-
PLAN DE MARKETING INTEGRADO	NP	NP	NP	100,0%	-	-
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA PUBLICIDAD	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
PRÁCTICAS EXTERNAS	NP	NP	NP	100,0%	-	-
PSICOLOGÍA	100,0%	96,2%	91,3%	100,0%	-	-
SIMULADOR DE MARKETING	NP	NP	NP	100,0%	-	-
SOCIOLOGÍA	NP	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	94,7%	95,2%	95,2%	84,0%	-	-
TÉCNICAS DE VENTA	100,0%	96,0%	95,0%	100,0%	-	-
TRABAJO FIN DE GRADO	NP	NP	NP	100,0%	-	-

7.6. Tasa de evaluación por materia

Materia	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
COMERCIO ELECTRÓNICO/E-COMMERCE	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	NP	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
DEONTOLOGÍA DEL MARKETING	NP	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
DIRECCIÓN COMERCIAL	NP	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
DIRECCIÓN DE DISTRIBUCIÓN	NP	95,0%	96,4%	100,0%	-	-
DIRECCIÓN DE EQUIPOS COMERCIALES	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
DIRECCIÓN DEL PRODUCTO	NP	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	NP	NP	NP	100,0%	-	-
ECONOMÍA DE LA EMPRESA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	NP	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
ESTADÍSTICA APLICADA AL MARKETING	88,9%	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-

ÉTICA	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
GESTIÓN DE PRECIOS	NP	100,0%	96,4%	100,0%	-	-
GESTIÓN DE PROYECTOS EN ENTORNOS DIGITALES	NP	NP	NP	100,0%	-	-
GESTIÓN ESTRATÉGICA DE MARCA/STRATEGY BRAND MANAGEMENT	NP	95,0%	100,0%	100,0%	-	-
GESTIÓN INTERCULTURAL/ CROSS CULTURAL MANAGEMENT	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
INFORMÁTICA	100,0%	100,0%	95,7%	97,0%	-	-
INGLÉS PARA LOS NEGOCIOS/ENGLISH FOR BUSINESS	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
INTELIGENCIA APLICADA AL MARKETING DIGITAL/DIGITAL MARKETING INTELLIGENCE	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
INTRODUCCIÓN AL MARKETING	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
MARKETING A TRAVÉS DE DISPOSITIVOS MÓVILES/MOBILE MARKETING	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
MARKETING ESTRATÉGICO	NP	100,0%	96,8%	100,0%	-	-
MARKETING INDUSTRIAL	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
MARKETING INTERNACIONAL/INTERNATIONAL MARKETING AND TRADE	NP	NP	NP	100,0%	-	-
MARKETING TURÍSTICO	NP	NP	NP	100,0%	-	-
MÉTRICAS Y ANALÍTICAS EN EL MARKETING DIGITAL/DIGITAL MARKETING METRICS AND ANALYTICS	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
MODELOS DE NEGOCIO EN LA ECONOMÍA DIGITAL/BUSINESS MODELS IN THE DIGITAL ECONOMY	NP	NP	100,0%	96,2%	-	-
NEGOCIACIÓN COMERCIAL	100,0%	96,0%	100,0%	100,0%	-	-
NEUROMARKETING	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
PENSAMIENTO SOCIAL CRISTIANO	NP	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
PLAN DE MARKETING INTEGRADO	NP	NP	NP	100,0%	-	-
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA PUBLICIDAD	NP	NP	100,0%	100,0%	-	-
PRÁCTICAS EXTERNAS	NP	NP	NP	100,0%	-	-
PSICOLOGÍA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
SIMULADOR DE MARKETING	NP	NP	NP	100,0%	-	-
SOCIOLOGÍA	NP	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	100,0%	95,5%	100,0%	100,0%	-	-
TÉCNICAS DE VENTA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
TRABAJO FIN DE GRADO	NP	NP	NP	100,0%	-	-

7.7. Alumnos egresados

	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Alumnos egresados	NP	NP	NP	14	-	-
Duración prevista de los estudios	NP	NP	NP	4,0	-	-
Duración media en los estudios	NP	NP	NP	4,0	-	-
VARIACIÓN	NP	NP	NP	0,0	-	-

7.8. Conclusiones Junta de Evaluación

Por primera vez se tienen notas de los cuatro cursos y termina la primera promoción del Grado oficial en Marketing. Los resultados han sido coherentes con la trayectoria: han terminado en julio, 14 de los 20 alumnos de 4º, teniendo en cuenta que a uno de ellos, únicamente le falta la asignatura de Prácticas, ya que, en marzo 2020 no las había iniciado y con la situación excepcional vivida se retrasó su comienzo.

El curso de tercero sigue con su evolución de buenas evaluaciones aunque con una participación escasa en el aula. Precisamente el confinamiento ha ayudado a que las notas sean aún mejores ya que se han basado más en trabajos que en exámenes.

Con segundo y primero ha ocurrido algo similar, sin llegar a esos mismos resultados de 3º, pero por encima de los obtenidos en el primer cuatrimestre. Se ha notado que ha habido un seguimiento muy cercano de la evolución de los alumnos, y una preocupación efectiva para que se conectaran y mantuvieran el ritmo de entregas que se solicitaba. El cambio de algunos exámenes por trabajos se comprueba que ha sido favorecedor a la vista de los resultados.

Debido a la extraordinaria situación por el confinamiento, se introdujeron modificaciones en los sistemas de evaluación así como de las metodologías docentes que quedaron recogidos en las adendas a las guías docentes. Este cambio favoreció el trabajo continuo de los alumnos y el hecho de que la tasa de rendimiento de varias asignaturas fuese superior al 95%.

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

Ha habido dos periodos diferenciados: el primer semestre que ha seguido su curso normal, y el segundo semestre debido a la situación de excepcionalidad provocada por el COVID-19, y ante la declaración del Estado de Alarma, se procede a una formación con presencialidad en remoto.

Las acciones implementadas han sido muchas y se detallan en el anexo ESIC frente al COVID.

En resumen, han sido:

- Transparencia y comunicación, tanto con los docentes como con los alumnos y padres.
- Ampliación en dos semanas del calendario académico.
- Adaptación a la presencialidad en remoto. Selección de la herramienta ZOOM
- Adaptación de las guías docentes: la no asistencia física al aula ha supuesto un cambio en metodología, así como de algunos sistemas de evaluación.
- Cambio de requisitos de horas mínimas para la materia de Prácticas externas

Por otra parte, se fue preparando el cambio a un nuevo modelo docente, consecuencia de la formación híbrida de emergencia debida al Covid. Las claves de este modelo de Transformative Learning son

- CLAVE 1: MODELO DE CICLOS
- CLAVE 2: ASISTENCIA OBLIGATORIA
- CLAVE 3: PROGRAMACIÓN DINÁMICA
- CLAVE 4: AULA EVERYWHERE
- CLAVE 5: AUTOCONSUMO DEL CONOCIMIENTO
- CLAVE 6: EVALUACIÓN Y FEEDBACK

Preparando su implantación en el curso 2020-21, se tuvieron sesiones de formación y reflexión sobre el Student Centered Learning, que ha de presidir el modelo, de modo que el peso del aprendizaje recaiga en el alumnado.

ESIC se compromete con esta evolución desde hace muchos años dentro del marco del Espacio Europeo de Educación Superior. Curso a curso se han venido provocando mejoras y evoluciones desde las asignaturas y las Direcciones de Departamento. Desde los encuentros departamentales anuales hasta la implantación del programa de certificación Fellow y Senior Fellow de la Higher Education Academy, pasando por la existencia del área de Innovación Docente, ESIC va marcando los pasos hacia el modelo de SCL.

7.10. Análisis evaluación del aprendizaje

Efectivamente se está en un proceso de responsabilizar al alumno del aprendizaje. Se ha ido asumiendo que hay más espacios que el aula para ejercer la docencia. Esto supone salir de la zona de confort del aula tanto para el docente como para el alumno. De este modo se ve que no se reduce a ese espacio físico el aprendizaje sino que puede ocurrir como por ejemplo en Canvas.

Esta clave requiere de un ejercicio de exploración constante de nuevos formatos, nuevas formas de formular las prácticas, más espacios para el trabajo individual, más tiempo para recoger feedback, maneras distintas de provocar hacia el aprendizaje autónomo.

Se ve que Canvas ofrece un campo muy amplio de gestión de contenidos y gestión también del delivery de esos contenidos. Un test que habilita la apertura del siguiente tema, por ejemplo, es una manera de dirigir el aprendizaje más allá del aula.

Los recursos docentes quedan a disposición del alumno y de él dependerá la cantidad o calidad de consumo de los mismos. Lecturas, links, vídeos, tareas, mini-casos, generación de contenido colaborativo. Todas cuantas tareas, actividades y materiales entreguemos deberán ser consumidos por el alumno para su

aprendizaje. El profesor marca el camino y el alumno da los pasos, pero es importante reforzar en el alumno la idoneidad de consumir conocimiento más allá de lo determinado como básico para aprobar.

Es un proceso de evolución no de cambio radical.

Por otro lado, se mantuvieron los premios de excelencia para cada curso, aunque no se ha podido tener una ceremonia de entrega.

Criterio 7. Indicadores de satisfacción y rendimiento

8. INDICADORES DE SATISFACCIÓN Y RENDIMIENTO

8.1. Satisfacción de los alumnos

8.1.1. 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.

Durante el segundo semestre del curso debido a la situación de excepcionalidad provocada por el COVID-19, y ante la declaración del Estado de Alarma, finalmente no se realizan las encuestas de satisfacción de la Titulación Intermedia y Final.

Lo que sí se realizan, son reuniones semanales con los Delegados de cada curso para conocer de primera mano la evolución del proceso de aprendizaje con presencialidad en remoto.

8.1.2. Reuniones de delegados

Además de la atención diaria a los alumnos, en el primer semestre si se pudo realizar la reunión de delegados ordinaria, pero en el segundo semestre, debido a la declaración del Estado de Alarma se realizaron reuniones de delegados semanales por Teams. En la reunión del primer semestre se trataron los siguientes temas detallados a continuación:

TEMAS TRATADOS

1) TEMAS GENERALES DE LA 1ª REUNIÓN

- Solo en la reunión de delegados de primer curso se explica en qué van a consistir estas reuniones ya que es su primer año.

- Se pregunta por la charla que les ha dado el director del Campus. Esta ha venido motivada por la escasa asistencia a una actividad que se estimó de alto interés para los alumnos, como es la Jornada sobre Retail Marketing, que se tuvo en las instalaciones de ESIC en horario lectivo.

- Internacional: Se comunica que el próximo martes 12 de noviembre vendrá Arancha Castellanos a explicarles todo el tema de movilidad internacional en horario de clase.
- Informamos que esta semana también se están celebrando las reuniones de tutores con los profesores del primer semestre.
- Explicamos el documento "Manual de disciplina académica", y comentamos que entraremos por clase a comentarlo a todos los alumnos para que lo tengan en cuenta. También le indicamos que todos los profesores son conocedores de dicho documento.

PRIMER CURSO

Buen clima en general, pero destacan que los del fondo de la clase hablan mucho y que algún profesor ya ha tenido que cambiarlos de sitio y ponerlos en las primeras filas.

Argumentan que a algunos que vienen de otras experiencias universitarias previas les cuesta cambiar el chip.

Hacemos repaso de todos los profesores del semestre:

Destacan la profesionalidad de los profesores, y que hacen las clases muy dinámicas.

Recalamos la importancia del inglés para los sucesivos cursos, ya que hay algún alumno que no se lo toma muy en serio.

Conocen al tutor el primer día de clase, pero hasta el segundo semestre no les da clase.

SEGUNDO CURSO

Comentan que este año se ha notado mejoría con respecto al año anterior, están más unidos. Destaca también que algunos de sus compañeros todavía no tienen visión de futuro estando en segundo de carrera.

Preguntamos qué les parece el porcentaje teórico / práctico en todas las asignaturas, y comentan que hay un alto porcentaje práctico en la mayoría de las asignaturas. La única que destaca como más teórica es dirección comercial.

Se les comenta que necesitamos subir el nivel de inglés y que desde Idiomas les van a hacer una oferta de clases complementarias. Además, en este curso hay bastantes que quieren hacer una estancia en el extranjero.

Hacemos repaso de todos los profesores del semestre:

Destacan la buena organización en las materias de alguno de los profesores, eso les facilita mucho las cosas y están muy contentos.

TERCER CURSO

Comienzan comentando que han observado varios solapamientos entre algunas asignaturas –como Dirección de equipos comerciales y Dirección Comercial de 2º; o Marketing Intelligence y Marketing Metrics, ambas de 3º.

El clima en clase es bueno, hay grupillos, pero se llevan todos muy bien.

Comentan que este año están todos mucho más dispersos. Les está costando el cambio de clases a la tarde, les cuesta adaptarse.

Ven mucha falta de motivación general, la mayoría esperan a que el profesor les de todo hecho. No pierden el interés, pero si están menos activos.

Se les comenta que veremos acciones más en detalle pero que ya se ve conveniente un taller de competencias profesionales y reuniones individuales con María.

Tienen dudas de TFG para el año que viene, sobre las ventajas de hacerlo por parejas, y les explicamos que es lo que pone en la memoria y que fomenta las competencias de trabajo en equipo, planificación, organización, ...

Hacemos repaso de todos los profesores del semestre:

Valoran muchísimo las visitas a empresas realizadas por varios profesores.

CUARTO CURSO

Ambiente muy bueno en clase, se llevan todos muy bien. Problemas que hubo el año pasado con alguna alumna comentan que ya están solucionados.

Comentan que les parece que el Grado ha ido de más a menos, que primero y segundo empezaron muy fuertes, pero tercero y cuarto tienen un menor nivel de motivación. Comentan que algunas asignaturas no son lo que esperaban. Dicen que tienen miedo de no terminar con el nivel más alto de satisfacción, cuando debería ser al contrario, que 4º fuera el curso más fuerte de los cuatro.

Necesitan que aterricen más las cosas, que todo sea más práctico y no tan teórico.

Les comentamos que no es fácil encontrar los perfiles perfectos que compaginen su disponibilidad, nivel académico y conocimiento de la materia. Especialmente por los requisitos de doctores y acreditados que exige el tener un Grado oficial.

Teniendo eso en cuenta, pedimos que concreten a quiénes se refieren. Se comenta cuáles son los puntos de fuerza de estos perfiles y que, de todas formas, se va a hablar con ellos para transmitir esta impresión y ver cómo se pueden hacer más prácticas esas materias.

Nos transmiten su descontento con el tema optativas, ya que no es fácil que salgan todas por el número de alumnos por curso

Hablamos de los horarios del segundo semestre, les parece correcto que los concentremos de lunes a jueves de 19:00-21:00, ya que así pueden tener más horas de prácticas.

Hacemos repaso de todos los profesores del semestre:

Preferirían que la asignatura del Simulador no fuera presencial.

Destacan también el buen nivel de inglés de varios docentes.

1) TEMAS GENERALES DE LA 2ª REUNIÓN

No se celebraron las reuniones del segundo semestre debido al Estado de Alarma.

8.2. Satisfacción de los egresados

8.2.1. Encuestas de evaluación

ASPECTOS GENERALES	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Satisfacción con el programa	NP	NP	NP	NP	-	-
Media Universidad	NP	NP	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	NP	NP	-	-
Satisfacción de los egresados con la información recibida sobre el programa	NP	NP	NP	NP	-	-
Satisfacción de los egresados con las metodologías docentes	NP	NP	NP	NP	-	-
Satisfacción de los egresados con los sistemas de evaluación	NP	NP	NP	NP	-	-
Satisfacción de los egresados con el personal de apoyo	NP	NP	NP	NP	-	-
Satisfacción de los egresados con los resultados alcanzados	NP	NP	NP	NP	-	-

8.2.2. Análisis satisfacción de egresados

Tal y como declara nuestra Política de Inserción Laboral, se realiza una encuesta para conocer la satisfacción de nuestros Egresados con el Título y el Perfil a los 3 años de haber finalizado, por lo que se estima que en 2022 dispongamos de dicha información.

8.3. Satisfacción del personal docente

8.3.1. 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	9,00	NP	-	-
¿Ha sido posible desarrollar las actividades prácticas previstas?	9,3	9,33	9,33	NP	-	-
¿Se han desarrollado las tutorías?	8,9	9,33	8,55	NP	-	-
¿Han asistido la mayoría de los estudiantes regularmente a clase?	8,0	8,00	7,54	NP	-	-
¿Le parece que los conocimientos previos del alumno son adecuados para el aprendizaje de la materia?	6,8	7,56	6,75	NP	-	-

ASPECTOS ESPECÍFICOS	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021	2021-2022
Libros de consulta en la Biblioteca o entregados al Alumno	8,4	8,22	8,46	NP	-	-
Documentaciones accesibles en formato electrónico	8,6	9,56	8,92	NP	-	-

Servicio de datos fijos (accesibilidad a ordenadores, calidad de los equipos, acceso a red, etc.)	7,4	7,78	7,83	NP	-	-
Servicios de datos móviles (WIFI) (cobertura, facilidad de conexión, etc.)	7,3	7,67	7,62	NP	-	-
Aula	8,7	7	7,92	NP	-	-
Salas de Reuniones y/o Despachos	9,9	6	6,15	NP	-	-
¿Ha realizado las actividades de evaluación previstas?	9,3	9,78	9,92	NP	-	-
¿Cree que el seguimiento docente y/o la evaluación continua han servido para mejorar los resultados de la materia?	8,9	9,33	9,15	NP	-	-
Valore cuantos alumnos se han presentado a la evaluación de la última convocatoria	8,6	9,22	8,67	NP	-	-

8.3.2. 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 académico. 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 semestre que permite al alumno organizarse desde el inicio del mismo.
- 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.

8.3.3. Análisis satisfacción del profesorado.

Debido a la situación de excepcionalidad provocada por el COVID-19, y ante la declaración del Estado de Alarma, finalmente no se realizan las encuestas de satisfacción del profesorado de la Titulación.

8.4. Satisfacción del personal no docente

8.4.1. Reuniones de personal no docente

No procede.

8.4.2. Análisis satisfacción personal no docente

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	7,75	9,5	NP	-
Relación con los estudiantes del título	9,5	9,25	10	NP	-
Relación con el profesorado del título	8,8	8,75	10	NP	-
Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, de fechas de exámenes, etc.)	9,3	9,00	10	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	7,13	9,5	NP	-
Recursos materiales y tecnológicos disponibles para prestar servicios al estudiante y/o al profesorado del título	8,5	6,88	9	NP	-
Personal de administración suficiente para atender correctamente la gestión administrativa del título	9,3	8,00	8	NP	-
Personal de servicios suficiente (Oficina Internacional, Dpto. Prácticas, TIC, etc.) para atender correctamente a estudiantes y/o profesorado del título	9,0	7,38	7,5	NP	-
Nivel de satisfacción general con la gestión de los aspectos académicos-administrativos-servicios del título	9,3	8,25	9,5	NP	-
Tasa de respuesta	100%	72,73%	66,67%		

Propuesta de Mejora al Indicador:

Mejora: Nueva plataforma de encuestas, que permita una gestión interna, sin intermediarios que ralenticen el proceso.

Causa: Debido a retrasos en los lanzamientos de las encuestas, las tasas de respuesta no han sido las esperadas.

Acciones a desarrollar: Cambio de plataforma a una de gestión interna.

Responsables: Dirección de Calidad

Procedencia de la Mejora: Dirección de Calidad

Área de aplicación: Área Universitaria y Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2019 - 2020

Código: 2019.MEMORIA.GRMK.003

Indicador: Tasas de respuesta de las encuestas.

Grado de implantación: en proceso y se mantiene vigente en el curso 20/21

8.5. Inserción laboral de los graduados

8.5.1. Datos inserción laboral al finalizar los estudios

De los 15 alumnos (contando con el que solo le faltaban las prácticas curriculares) hay nueve que están trabajando, 2 en un programa máster full-time (en ESIC), 1 más se ha ido a hacer un Master en Management a Madrid, 2 haciendo un programa internacional y 2 en Marketing Digital, combinando con su práctica laboral.

8.5.2. Análisis inserción laboral

El nivel de satisfacción es alto, ya que hay buenos puestos y quienes han optado por seguir en estudios de postgrado lo han elegido como una mejora de su CV.

Orientación a la mejora

9. SATISFACCIÓN DE AGENTES EXTERNOS

9.1. Evaluador externo

INFORME	RECOMENDACIONES	SEGUIMIENTO	ESTADO
Informe de evaluación externa (no ha habido) XX/XX/201X			

9.2. ACPUA

No procede.

9.3. Seguimiento de recomendaciones de ANECA y ACPUA en sus informes

INFORME	RECOMENDACIONES	SEGUIMIENTO	ESTADO
Informe de verificación ANECA 04/05/2016	CRITERIO 4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES En cuanto al reconocimiento de créditos por experiencia profesional o laboral, se recomienda que la universidad acote el ámbito de experiencia profesional, de tal forma que esté directamente vinculado con el título propuesto, para que pueda ser reconocido. Esta observación será objeto de especial atención durante los procesos de seguimiento y renovación de la acreditación.	Se está siendo muy meticuloso en el reconocimiento de créditos en esta materia. Por ejemplo, alumnos procedentes del ciclo formativo de grado superior en comercio internacional, o los de administración y finanzas, no se ha reconocido.	REALIZADO
	CRITERIO 5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS Como se ha indicado en anteriores informes siguen faltando contenidos sobre conceptos básicos en el ámbito de la economía. Por otro lado, la materia "Economía de la empresa" presenta unos contenidos muy heterogéneos y demasiados extensos para ser abordados con los créditos propuestos (variables macroeconómicas que afectan a la actividad empresarial, concepto de empresa y empresario, la empresa y su entorno económico, áreas funcionales de la empresa, fundamentos del análisis de la información contable, fundamentos de los estados contables de la empresa, la organización humana de la empresa, introducción a las políticas de recursos humanos). Se recomienda subsanar estos aspectos. Esta observación será objeto de especial atención durante los procesos de seguimiento y renovación de la acreditación.	Se han realizado conferencias obligatorias y un curso exclusivo de economía y emprendimiento para los alumnos. También se están adaptando los contenidos.	REALIZADO
	Para el caso de las materias optativas, se recomienda establecer competencias específicas de optatividad.		EN PROCESO

10. PROPUESTAS DE MEJORA

10.1. Propuestas de mejora para el curso académico 2020-2021

Propuesta de Mejora al Indicador

Mejora: Comunicar/recordar nuestra Política de Calidad, así como el Buzón de Sugerencias virtual.

Causa: No uso del Buzón de Sugerencias virtual.

Acciones a desarrollar: Comunicado a los diferentes grupos de interés, sobre la Política de Calidad de ESIC y Buzón de sugerencias.

Responsables: Calidad Académica del Área Universitaria y Calidad Institucional.

Procedencia de la Mejora: Comisión de la Titulación

Área de aplicación: Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2020/2021

Código: 2020.MEMORIA.GRMK.001

Indicador: Nº de sugerencias recibidas a través del Buzón Virtual

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

Causa: Ratio por debajo del establecido en Real Decreto.

Acciones a desarrollar: Seguimiento 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: 2019 - 2020

Código: 2019.MEMORIA.GRMK.001

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

Mejora: Nueva plataforma de encuestas, que permita una gestión interna, sin intermediarios que ralenticen el proceso.

Causa: Debido a retrasos en los lanzamientos de las encuestas, las tasas de respuesta no han sido las esperadas.

Acciones a desarrollar: Cambio de plataforma a una de gestión interna.

Responsables: Dirección de Calidad

Procedencia de la Mejora: Dirección de Calidad

Área de aplicación: Área Universitaria y Grado en Marketing

Tiempo de realización: 2019 - 2020

Código: 2019.MEMORIA.GRMK.003

Indicador: Tasas de respuesta de las encuestas.

10.2. Implantación de las Mejoras propuestas en el curso anterior 2019-2020

Mejora: Analizar aquellas asignaturas con tasas de rendimiento superiores al 95% o inferiores al 65%

Causa: Estudio de casos excepcionales.

Acciones a desarrollar: Auditorías internas.

Responsables: Dirección Académica y Dirección de Calidad del Área Universitaria.

Procedencia de la Mejora: Decanato

Área de aplicación: Grado en Marketing

Tiempo de realización: A partir del año 2020

Código: 2019.MEMORIA.GRMK.002

Indicador: Número de asignaturas revisadas sobre el total del plan de estudio

Grado de implantación: se hizo el análisis y se comprueba la adecuación a la normativa y a las guías docentes

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: 2018.MEMORIA.GRMK.001

Indicador: número de guías docentes publicadas en plazo

Grado de Implantación. Realizado. Se ha cumplido al 100% ya que todas las Guías docentes estaban publicadas el primer día lectivo tanto en el primer como en el segundo semestre.

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.002

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

Grado de Implantación. Realizado. Se comunica a todos los Grupos de Interés, en noviembre de 2018 con el objetivo de informar sobre la publicación de los nuevos procedimientos, la Política de Calidad de ESIC, así como recordar que el Buzón de Sugerencias está disponible para poder hacernos llegar las sugerencias, mejoras y/o felicitaciones.

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.

Grado de Implantación. No alcanzado. Dado que la propuesta de mejora no se ha alcanzado en el plazo marcado anteriormente, se recodifica (2019.MEMORIA.GRMK.001) y se propone para el siguiente curso académico dada la importancia de mejorar dichos ratios con el objetivo del cumplimiento del RD 420/2015.

11. REVISIÓN DE OBJETIVOS 2019-2020

De los objetivos previstos para el curso actual, se declara en el punto 10.2 el grado de implantación de la mejora 2019. MEMORIA.GRMK.002.

Las otras dos mejoras propuestas para el 19/20 continúan vigentes para ser alcanzadas en el curso 20/21.

12. PLAN DE ACCIÓN 2020-2021

OBJETIVO	SITUACIÓN ACTUAL	ACCIONES A REALIZAR (Plazo, responsable y recursos)	INDICADOR Y RESULTADO PREVISTO
Comunicar/recordar nuestra Política de Calidad, así como el Buzón de Sugerencias virtual.	No recepción de sugerencias a través del buzón virtual	<ul style="list-style-type: none"> Comunicar a los grupos de interés la existencia del Buzón Refuerzo a través de tutores Comunicación de objetivo en aula 	Número de propuestas de mejora/ felicitaciones recibidas a través del Buzón
Incrementar número de doctores y doctores acreditados	El número de doctores que imparte docencia en el Grado supone un 59% del total del profesorado del Título, siendo de doctores acreditados un 21%	<ul style="list-style-type: none"> Apoyar el proceso de acreditación de los doctores Buscar doctores acreditados para nuevas materias Plazo: 2019 y 2020 Responsable la Dirección del título y Dirección Académica	Número de doctores en un 50% de los docentes Número de acreditados en un 60% de los doctores
Nueva plataforma de encuestas, que permita una gestión interna, sin intermediarios que ralenticen el proceso.	Las encuestas se realizaban a través de un proveedor externo lo que supone que ralentice el proceso.	<ul style="list-style-type: none"> Estudio de diferentes Plataformas de Gestión interna. Implementación de aquella herramienta que cubra mejor nuestras necesidades en el proceso de encuestación. Plazo: 2019 / 2020 Responsable: Dirección de Transformación Digital, Dirección de Calidad y Decanato	Nueva plataforma interna Tasas de Respuesta de al menos el 50%

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	28	28	-	-
2	IN-031	Ratio de plazas demandadas / ofertadas	120%	134%	152%	144%	-	-
3	IN-032	Número de alumnos de nuevo ingreso	23	26	24	28	-	-
4	IN-064	Variación porcentual de matrícula de nuevo ingreso	NP	13%	8%	17%	-	-
5	IN-033	Ratio de matrícula de nuevo ingreso / plazas ofertadas	0,92	1,04	0,96	1	-	-
6	IN-034	% de alumnos de nuevo ingreso que han realizado la PAU	91%	96%	8,3%	14%	-	-
7	IN-035	Nota de corte PAU	5,0	5,0	5,0	5,0	-	-
8	IN-036	Nota media de acceso	6,2	6,5	6	6,4	-	-
9	IN-039	Número de alumnos de nuevo ingreso en todos cursos excepto primero	NP	2	3	3	-	-
10	IN-040	Número de alumnos matriculados (títulos oficiales)	23	46	69	96	-	-
11	IN-047	Número de egresados	NP	NP	NP	15	-	-
12	IN-011	% de alumnos en programa de movilidad (outgoing)	NP	NP	NP	2	-	-
13	IN-012	% de alumnos en programa de movilidad (incoming)	NP	NP	NP	-	-	-
14	IN-019	Ratio alumnos/profesor	11,3	13,5	14	13,7	-	-
15	IN-017	% PDI doctores / PDI	30%	44%	42%	48%	-	-
16	IN-114	% PDI acreditados / PDI	10%	0%	0%	16%	-	-
17	IN-020	% de profesores sometidos a evaluación de la actividad docente	NP	NP	NP	NP	-	-
18	IN-069	Tasa de rendimiento	88,4%	94,4%	91,7%	95,2%	-	-
19	IN-070	Tasa de eficiencia	NP	NP	-	98,2%	-	-
20	IN-071	Tasa de abandono	13%	8,33%	9,52%	NP	-	-
21	IN-072	Tasa de graduación	NP	NP	NP	NP	-	-
22	IN-112	Tasa de éxito	89,3%	95%	92,2%	95,3%	-	-
23	IN-113	Tasa de evaluación	99,0%	99,3%	99,4%	99,8%	-	-
24	IN-074	Duración prevista media en los estudios	4,0	4	4	4	-	-
25	IN-076	Satisfacción de los alumnos con el Plan de Acción Tutorial	NP	7,3	8,3	-	-	-
26	IN-077	Satisfacción de los alumnos con el programa de prácticas externas	NP	NP	NP	-	-	-
27	IN-078	Satisfacción de los alumnos con el programa de movilidad	NP	NP	NP	-	-	-
28	IN-082	Satisfacción de los alumnos con el profesorado	NP	8,25	8,26	8,44	-	-
29	IN-085	Satisfacción de los egresados	NP	NP	NP	-	-	-
30	IN-086	Satisfacción del profesorado con el programa	NP	8,76	9	-	-	-

ANEXO 2: Comisión de Calidad del Grado en Marketing

ACTA DE REUNIÓN	Nº DE REUNIÓN: 1ª	ASUNTO: ACTA REUNIÓN COMISION DE CALIDAD DEL GRADO EN MARKETING
------------------------	-----------------------------	--

ASISTENTES:

- Director de la Titulación: Juan Delgado.
- Coordinador de la Titulación: Pedro Mata.
- Profesor: Oscar Rico
- Delegado: Angel Gil (Estudiante de 2º).
- Delegada: Irene Ibáñez (estudiante de 2º)
- Personal de Gestión: Cristina Merle (secretaría).
- Experto externo: Emilio Marzo (en sustitución de Juan Luis Pintiel).
- Representante USJ: Alberto Martín (Unidad Técnica de Calidad).
- Unidad Técnica de Calidad Académica. Área Universitaria: Leticia de Aymerich
- Director Académico de ESIC Zaragoza: Vicente Ferrero

JUSTIFICA SU AUSENCIA

- Directora de Calidad Académica del Área Universitaria y Directora de Calidad Institucional: Maruchy de Obesso

FECHA: 17/12/2020

COMIENZO: 12.00

FINAL: 13.00

ORDEN DEL DÍA

- Lectura de la Memoria del Grado en Marketing
- Estado de los planes de mejora propuestos
- Propuesta de nuevos planes de mejora
- Aprobación de la Memoria
- Ruegos y preguntas

TEMAS TRATADOS

La reunión comenzó con la presentación de quienes formaban parte de la Comisión por primera vez: el profesor Oscar Rico, los delegados Angel Gil e Irene Ibáñez, que sustituyen a los que terminaron el curso pasado, y el experto externo, Emilio Marzo, en sustitución de Juan Luis Pintiel.

Juan Delgado, como director de la titulación, dio lectura a la Memoria del Grado de Marketing del curso académico 2019-20. Primero hizo un recorrido de los temas a comentar y comenzó con los datos de matrícula, en los que se sigue viendo que hay una mayor demanda que número de plazas ofertadas. Luego el número total de alumnos, las vías de acceso, y estudios previos realizados por alguno de los alumnos.

Se comentó que no había habido modificaciones en el Programa. Que sí se había introducido un nuevo sistema de gestión, que había supuesto la revisión global de procedimientos. Se hablaron de las quejas y reclamaciones y se incidió en el sistema de buzón virtual que, aunque el número reducido de alumnos permite una relación muy directa, se va a difundir entre los alumnos la costumbre de introducir todos los comentarios posibles por esa vía.

Los delegados comentan que efectivamente es así y que encuentran facilidades para hacer llegar sus peticiones, así como el tamaño de los grupos permite una relación muy directa con los docentes.

Lo siguiente fue hablar del profesorado. En este curso académico se ha llegado a impartir ya el grado completo con la incorporación del cuarto curso. Esto supone que el número de profesores necesarios para la impartición del Grado ya está completo, así como las asignaturas a impartir. Se continúa estando por debajo de la ratio de doctores acreditados necesarios para la titulación, pero ya se está en vías de conseguir los números adecuados para el siguiente curso académico. De hecho, en el momento de lectura de la memoria hay cuatro doctores acreditados y dos más que lo han conseguido en el siguiente curso. Al contabilizar el número de créditos impartidos por cada categoría de profesores, se ve que se está en un 59% de doctores y doctores acreditados frente al 61% previsto en la Memoria de Verificación.

En esta línea se habló del fomento de la investigación y de la participación en proyectos de innovación docente. El profesor Pedro Mata comentó sobre algunas publicaciones y congresos a los que se había asistido y cómo se han organizado ya dos grupos de investigación, con IPs del claustro, y miembros tanto internos como externos. Este proceso ayudará a las acreditaciones futuras de miembros del Claustro.

Se comentaron después las encuestas de calidad del profesorado. Están hechas las del primer semestre, pero no se pasaron en el segundo debido a la situación provocada por el COVID que generó una situación tan irregular. Leticia Aymerich comentó cómo se decidió no pasar diferentes encuestas y se establecieron otros modos más directos y personales de conocer el nivel de satisfacción de los distintos colectivos sobre la gestión de la crisis. Cristina Merle especificó cómo se estuvo llamando por teléfono a todo el alumnado para hacer un seguimiento semanal de la situación de cada uno. El resultado de las encuestas pasadas fue muy satisfactorio.

Sí se tienen las encuestas de satisfacción con el servicio prestado sobre las prácticas, valoradas globalmente en un 9.44. No se tienen de los programas de movilidad, en los que estuvieron tres alumnos, uno de ellos que las iba a realizar y tuvo que volverse al poco de llegar a su país de destino, debido a la situación provocada por el COVID.

En cuanto a las calificaciones, se comentó que las del segundo semestre se vieron afectadas por la situación de excepcionalidad vivida. El hecho de adaptar los sistemas de evaluación y apoyarse más en trabajos, acompañados de una situación que no permitía muchas actividades, junto con un seguimiento muy constante, ha favorecido que la tasa de rendimiento supere el 95% en muchos casos.

Terminó la primera promoción y revisamos la tasa de abandono conforme a los criterios que también aclaró Alberto Martín.

Se repasaron otras encuestas que no se realizaron por los motivos ya indicados.

En el turno de comentarios, Emilio Marzo aportó que entendía como un valor que se siguiera contando con profesionales externos que aportasen su experiencia, y que animaba a ESIC a reforzar las materias de ventas. El profesor Oscar Rico, que imparte varias de esas materias, lo apoyó y comentó cómo se refuerza esa visión.

Alberto Martín habló sobre la próxima revisión de la acreditación del Grado.

Implantación de mejoras del curso 2018-2019

- Analizar aquellas asignaturas con tasas de rendimiento superiores al 95% o inferiores al 65%
Grado de implantación: se hizo el análisis y se comprueba la adecuación a la normativa y a las guías docentes
- Publicación en plazo de las guías docentes.
Grado de Implantación. Realizado. Se ha cumplido al 100% ya que todas las Guías docentes estaban publicadas el primer día lectivo tanto en el primer como en el segundo semestre.
- Comunicación e información sobre el Buzón de Sugerencias virtual, a todos los grupos de interés.
Grado de Implantación. Realizado. Se comunica a todos los Grupos de Interés, en noviembre de 2018 con el objetivo de informar sobre la publicación de los nuevos procedimientos, la Política de Calidad de ESIC, así como recordar que el Buzón de Sugerencias está disponible para poder hacernos llegar las sugerencias, mejoras y/o felicitaciones.

Propuestas de mejora del 2019-2020 para implantación en 2020 y 2021

- Comunicar/recordar nuestra Política de Calidad, así como el Buzón de Sugerencias virtual.
- Incrementar la ratio de Doctores y Doctores Acreditados en el Título.
- Nueva plataforma de encuestas, que permita una gestión interna, sin intermediarios que ralenticen el proceso.

Se procedió a la aprobación de la Memoria y no hubo intervenciones en el turno de ruegos y preguntas.

FIN DE LA REUNIÓN

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

ANEXO 3: MODIFICACIONES REALIZADAS COMO CONSECUENCIA DE LA SITUACIÓN SANITARIA EXCEPCIONAL

A continuación, se recogen las modificaciones realizadas en el curso 2019-2020 como consecuencia de la situación sanitaria excepcional provocada por la COVID-19.

MOTIVACIÓN

Las medidas contempladas en los Reales Decretos 476/2020, 487/2020 y 492/2020, de 27 de marzo, 10 de abril y 25 de abril, respectivamente, por los que se prorroga el estado de alarma declarado por el Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, por el que se declara el estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID19, determinan la suspensión de las actividades educativas presenciales y establecen que éstas se desarrollen a través de modalidades a distancia y online.

Ello establece que, a pesar de estas especiales circunstancias, el periodo lectivo no debe considerarse interrumpido. Los Ministerios de Educación y Formación Profesional y de Universidades, así como las comunidades autónomas y CRUE consideran como objetivo prioritario garantizar la titulación satisfactoria del estudiantado (CRUE, 25 marzo de 2020) y que ningún/a estudiante vea interrumpido su desarrollo académico por el COVID-19 (CRUE, 30 de marzo de 2020), lo cual exige continuar los procesos formativos de los/las estudiantes. El 18 de marzo de 2020, REACU (Red Española de Agencias de Calidad Universitaria) emitió el Comunicado de REACU ante la declaración del estado de alarma en el ámbito de la actividad docente en educación superior, en el que, con el objetivo de minimizar el impacto que "estas circunstancias ocasionen sobre los/las estudiantes y sus resultados de aprendizaje", asume que existen múltiples elementos de los programas formativos que se verán alterados, tales como actividades formativas presenciales, prácticas, prácticas externas, Erasmus y otros programas de movilidad, etc., siendo de especial relevancia las distintas pruebas de evaluación previstas.

Durante este periodo de adaptación, los calendarios académicos podrán sufrir modificaciones, pero siempre garantizando la titulación satisfactoria de los/las estudiantes, en un marco de necesaria coordinación entre las diferentes universidades (CRUE, 25 de marzo de 2020).

TRANSPARENCIA Y COMUNICACIÓN

Con el objetivo de cumplir el requisito de transparencia, se ha creado un espacio específico en la web:

<https://www.esic.edu/informacion-de-esic-sobre-el-coronavirus>

que incluye tanto los comunicados a los grupos de interés, de todos los Campus, como una relación de preguntas frecuentes (FAQs).

Se ha incrementado la comunicación tanto con alumnos como con profesores.

- El Decano, la Dirección Académica y la Dirección de Calidad, ha mantenido contacto continuo con los Directores de Campus, así como con sus responsables académicos.
- El Decano y la Dirección Académica han estado trabajando de forma coordinada, tanto con los Directores de Departamento como los Directores de Titulación
- Los Directores de Departamento han mantenido comunicación constante con los profesores y han elaborado un informe semanal. Así mismo, han mantenido contacto tanto con los Responsables Académicos de Campus, como con los profesores que imparten allí asignaturas que pertenecen a sus Departamentos.
- Los Directores de Titulación han mantenido comunicación constante con los Tutores y con los delegados y también han elaborado un informe semanal

CALENDARIO ACADÉMICO

El calendario académico de ESIC, con carácter general, se ha modificado, ampliando dos semanas el periodo lectivo, en el curso 2019-2020.

En relación al curso 2020-2021, las clases comenzarán:

- En los Campus con centro adscrito, la semana del 14 de septiembre
- En los Campus sin centro adscritos, la semana del 21 de septiembre

Y finalizarán antes de la primera decena de julio.

ADAPTACIÓN A LA PRESENCIALIDAD EN REMOTO

Las clases se suspendieron con carácter general el 11 de marzo de 2020, a partir de ese momento y durante dos semanas, se mantuvo la docencia asíncrona a través del Campus virtual.

A partir del 26 de abril, se comenzó con la docencia síncrona utilizando la herramienta Zoom.

Para ello, los profesores recibieron formación y la misma fue colgada en el Campus Virtual para que estuviera a su disposición para consultas:

ADAPTACIÓN DE LAS GUÍAS DOCENTES

La presencialidad en remoto ha supuesto cambios en las metodologías docentes y en los sistemas de evaluación, que han sido reflejados en la correspondiente adenda en Guía Docente, que se puede consultar en el repositorio de Guías

Las adaptaciones de las asignaturas han tenido en consideración la estructura completa del itinerario formativo de la titulación

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

1.- TRAMO DE EVALUACIÓN:

Segundo semestre del curso 19_20.

Lo ya realizado entre el 16/01 y el 11/03 es válido, puntúa y cuenta en la EC.

2.- CONSIDERACIONES DE CONTEXTO:

- El semestre académico se alarga hasta el 14 de mayo.
- Vamos a propiciar la evaluación a distancia con criterios de flexibilidad y sencillez. Al final, estamos adaptando el sistema de evaluación vigente en la asignatura, no estamos diseñando un sistema nuevo.
- Nos centraremos en evaluar los contenidos clave de la materia, lo más relevante y lo más conectado con las competencias a adquirir por el alumno.
- Adaptaremos los sistemas de evaluación que tenemos ahora mismo en vigor a la evaluación a distancia con transparencia e informando claramente a los alumnos.

- Puede que haya alumnos que no tengan acceso telemático a las pruebas. En este caso, que nos lo avisen y adaptaremos el sistema de evaluación a distancia a estos alumnos.
- Los casos de alumnos con necesidades especiales serán tratados uno a uno, tal como lo ha ido indicando la unidad de Diversidad durante el curso.
- Las pruebas de evaluación a distancia se deben realizar durante las horas lectivas. Tenemos un alargamiento de este periodo de dos semanas y puede venir bien para evaluar. Pero en esta adaptación, no todos los sistemas pueden suscribirse a este horario. Si esto ocurre, debemos utilizar un horario lectivo compatible con los alumnos que teletrabajan y el resto de clases o pruebas.
- Las pruebas de evaluación a distancia, al igual que las evaluaciones presenciales, DEBEN SER COORDINADAS POR ASIGNATURA, debiendo los profesores que imparten la asignatura en distintos grupos diseñar esta evaluación juntos para no tener diferencias de modelos. Esta coordinación debe perseguir la simplificación del proceso y la adaptación a las circunstancias de contexto.

2.- ENTORNOS DE EVALUACIÓN CONTINUA:

ASIGNATURA	EVALUACIÓN CONTINUA	C1 y C2
<p>ASIGNATURAS PROPIAS</p>	<p>Pruebas Escritas: Podrá evaluarse de forma online</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ensayo + Tarea Turnitin - Examen oral individual. - Examen automático tipo test (Banco de Preguntas de Moodle). <p>Trabajos Obligatorios: Podrá evaluarse de forma online</p> <ul style="list-style-type: none"> - Defensa por videoconferencia - Tarea Turnitin. <p>Participación activa: Podrá evaluarse de forma online:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tarea Moodle. - Caso corto de rápida realización. <p>(*) Puede revisarse los pesos de cada sistema de evaluación /Será necesario modificar y adaptar las guías docentes.</p>	<p>C1 se contempla como evaluación a distancia.</p> <p>Por ahora, C2 se contempla de forma presencial, a la espera de que más adelante llegue por parte de las autoridades la confirmación.</p>
<p>ASIGNATURAS OFICIALES Alineado con los que cada Universidad Partner establezca al efecto.</p>	<p>Pruebas Escritas: Podrá evaluarse de forma online</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ensayo + Tarea Turnitin - Examen oral individual. - Examen automático tipo test (Banco de Preguntas de Moodle). <p>Trabajos Obligatorios: Podrá evaluarse de forma online</p> <ul style="list-style-type: none"> - Defensa por videoconferencia - Tarea Turnitin. <p>Participación activa: Podrá evaluarse de forma online:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tarea Moodle. 	<p>C1 se contempla como evaluación a distancia.</p> <p>Por ahora, C2 se contempla de forma presencial, a la espera de que más adelante llegue por parte de las autoridades la confirmación.</p>

	- Caso corto de rápida realización. (*) Puede revisarse los pesos de cada sistema de evaluación /Será necesario modificar y adaptar las guías docentes.	
TFG	No se evalúa en Evaluación Continua	Siempre y cuando NO pueda defenderse de forma presencial, será válida la defensa a través de sistemas de Videoconferencia
PRÁCTICAS	No se evalúa en Evaluación Continua	Será suficiente un 50% de las horas necesarias para terminar la asignatura de prácticas. Es necesaria la documentación habitual (memoria, etc.)

3.- DESCRIPCIÓN DE LOS FORMATOS:

Las formas de evaluación a distancia ofrecen prácticamente las mismas posibilidades que los formatos presenciales. A excepción de la prueba escrita, que requiere de software específico y proceso de autenticación, el resto son una extensión al medio digital muy sencilla de gestionar.

- > DEFENSA EN GRUPO
- > DEFENSA INDIVIDUAL
- > ENSAYO
- > TEST EN MOODLE
- > EXAMEN ORAL

Vamos a repasar estos formatos con alguna apreciación general sobre su adaptación:

DEFENSA EN GRUPO:

- Es la más común y utilizada de los formatos de evaluación.
- Presentación por parte del grupo de alumnos del trabajo solicitado previamente por el profesor. Esto ocurre en directo, frente a la cámara del ordenador, en el aula ZOOM de la asignatura.
- En horario lectivo u horario alternativo compatible.
- El profesor prepara briefing con los detalles de la solicitud de acuerdo al temario. Este briefing incluye plazos de trabajo, de entrega de materiales y día y hora de la defensa.
- La defensa en grupo puede durar unos 15 minutos. El equipo debe ajustarse y cumplir con el tiempo de defensa solicitado y el profesor no debe interrumpir al alumno durante esta defensa (es su momento). Una vez finalizada la exposición, el profesor ofrece feedback verbal sobre los puntos fuertes y débiles tanto en fondo como en forma. 5 minutos de feedback pueden ser suficientes.
- La defensa en grupo puede ir acompañada de documentación entregada previamente y/o de apoyo de ideas fuerza en powerpoint compartiendo escritorio. Ambas a libre elección del profesor.
- Esta defensa debe quedar grabada y previamente el profesor debe asegurarse de la identidad de los alumnos.

DEFENSA INDIVIDUAL:

- Mismo enfoque y procedimiento que la defensa en grupo, pero en modo individual.
- Tiempos: 10 minutos de defensa deben ser suficientes para evaluar la defensa o presentación.

ENSAYO:

- Muy recomendable en un escenario de evaluación a distancia.
- El profesor emite briefing a los alumnos con la solicitud y requisitos de contenido y formato con antelación. El briefing debe incluir fecha de entrega.
- Importante dar volumen a la envergadura del ensayo con antelación. Entre 1.000 y 3.000 palabras es adecuado en EC. A libre criterio del profesor.
- Estas entregas deben pasar el filtro Turnitin con carácter de obligatoriedad.

TEST EN MOODLE:

- Moodle ofrece muchas posibilidades de realización de pruebas test.
- El espacio Moodle para la realización de pruebas es un espacio seguro que no precisa de autenticación adicional.
- Es posible crear un banco de preguntas, organizadas por categorías. Estas preguntas se podrán incluir posteriormente en cualquier examen del curso.
- Te recomendamos los tutoriales que existen a tal efecto.
- Si necesitas ayuda adicional para montar un test en Moodle, comunícalo a tu Director de Departamento.

EXAMEN ORAL:

- Es la fórmula que sólo trabajamos cuando hay casos muy específicos y concretos, pero que tiene un alto nivel de eficacia.
- El examen oral funciona igual que la DEFENSA INDIVIDUAL, pero cambia el propósito del encuentro.
- Aquí el alumno no defiende, responde a las preguntas del profesor.
- Tres asuntos son clave en el examen oral a distancia:
 - Verificar la identidad del alumno. Basta que el alumno muestre su carnet de la escuela o DNI a la pantalla.
 - Solicitar al alumno que mire a su cámara durante el tiempo que dure el examen. No lo hará todo el tiempo. El profesor entenderá con su buen criterio si el alumno está mirando a alguna fuente de información alternativa o se trata de los habituales movimientos reflejos cuando hablamos.
 - Gestionar las citas y tiempos. Hay que realizar una convocatoria informando al grupo de los horarios de cada prueba. Si esta gestión es eficaz, la prueba no se alargará más de lo que ya implica.
- Te recordamos que, en función de la formulación de la pregunta, podemos tener un examen oral de contenidos o un examen oral de respuestas contextuales, en las que el alumno elabora mentalmente su respuesta/discurso a una pregunta que requiere de la comprensión previa de la materia.

4.- IDONEIDAD Y USOS:

A la vista de las asignaturas del segundo semestre, casi cualquier combinación encaja perfectamente con las tipologías de asignatura estándar de ESIC y las de naturaleza cualitativa.

IDONEIDAD EN ASIGNATURAS DE NATURALEZA CUANTITATIVA:

En el contexto de las asignaturas de naturaleza cuantitativa, se añaden estas sugerencias a lo ya expuesto en el apartado de FORMATOS:

El objetivo es sugerir diferentes actividades para poder evaluar a los alumnos a distancia.

Para este tipo de asignaturas se recomienda disponer de un dispositivo que permita escribir digitalmente en la pantalla.

Las actividades se enumeran a continuación:

- Ejercicios diarios individuales (cortos): El profesor expone el enunciado de un ejercicio y el alumno lo resuelve durante la clase obteniendo un reconocimiento positivo. Se recomienda seguir el orden de lista y si algún alumno se ausenta, pasar al siguiente.
- Ejercicios diarios grupales : El profesor expone el enunciado de un ejercicio y el grupo de alumnos elegido lo resuelve durante la clase obteniendo un reconocimiento positivo. Se recomienda que el resto de grupos resuelva el ejercicio y puedan participar en la corrección obteniendo reconocimientos positivos.
- Ejercicio a completar individual (largos): El profesor comienza a explicar teoría y plantea un ejercicio, en el que deja sin resolver una serie de apartados en relación con lo anteriormente explicado. Tras ello se deja que todos los alumnos completen en su tiempo de estudio personal el ejercicio y sea posteriormente cargado en la plataforma.
- Cuadernillo de ejercicios individuales: Los alumnos disponen de un cuadernillo de ejercicios desarrollado por el profesor con teoría (opcional), ejercicios resueltos para autoaprendizaje y ejercicios propuestos para que los alumnos resuelvan. La solución se sube a la plataforma individualmente.

IDONEIDAD EN ASIGNATURAS BASADAS EN UN SOFTWARE:

Por último, en el entorno de evaluación de asignaturas basadas en un software, se añaden estas recomendaciones de pauta:

- Compendio de prácticas elaboradas a lo largo del curso 80%.
(70% prácticas genéricas, 10% práctica participación activa)
- Prueba evaluativa tipo test, modalidad random sobre un total de 100 preguntas del que se extraerán 20 cuestiones multiple choice que también se presentarán de forma aleatoria a cada alumno. El tiempo para la realización de la misma será 30 minutos y cada pregunta mal, restaría 0,5 bien. Su ponderación sería 20%
- Para alumnos sujetos a diversidad, el tiempo se ampliará a 40 minutos.

Para evaluación continua de asignaturas que sólo se centran en el uso de herramienta, se recomienda trabajar de la siguiente forma:

Compendio de prácticas distribuidas en el tiempo, donde sobre una serie de requisitos mínimos concretos y un material de trabajo previamente facilitado, cada alumno lleva a cabo su propuesta y la debe presentar del siguiente modo:

- Pieza final exportada en formato vídeo, imagen o pdf.
- Material de trabajo con todo el proyecto, por ejemplo, PSD si fuera photoshop, Ai si fuera illustrator o proyecto administrado en el caso de que fuera Premiere o After Effects.

En todos los casos el profesor debe establecer un mínimo de entregas, distribuidas entre prácticas ordinarias y participación activa, que ponderarían en 90 y 10%, respectivamente.

Se recomienda la entrega de cuatro casos prácticos ordinarios y uno de participación activa.

En cuanto a los criterios de evaluación de los mismos, se debería establecer una rúbrica acorde a los siguientes criterios:

- Uso de las herramientas propuestas para la realización del ejercicio (30%)
- Originalidad del trabajo en el caso de participación activa y precisión respecto al modelo propuesto para el resto de prácticas (50%)
- Exportación, guardado y recopilación de los materiales del proyecto (20%) La no realización correcta de este último paso, conlleva la invalidez de la práctica o prueba de participación activa.

Asimismo, el profesor se reserva el derecho de poder convocar al alumno por videoconferencia y plantearle preguntas concretas acerca del trabajo entregado, si tuviera alguna duda respecto a la elaboración del mismo.

Está prevista una adaptación a la diversidad

REVISIÓN DE EXÁMENES

La revisión de exámenes será también online, a través de Zoom, marcándolo en un check que aparece al indicar fecha y hora de revisión, tal y como se indica en el Manual operativo de Calificación para la evaluación oficial en las convocatorias 1 y 2 en remoto

PRÁCTICAS EXTERNAS Y TFG

ESIC ha seguido las indicaciones establecidas por los reguladores, y las universidades partner

<https://www.usj.es/alumnos/informacion-coronavirus/preguntas-frecuentes>

Igualmente se han actualizado e incluido las adendas en las Guías Docentes correspondientes.

CUSTODIA Y EVIDENCIAS

Se establece el plan de custodia y evidencias de las evaluaciones

APROBACIÓN GRUPOS DE INTERÉS

En la segunda reunión de las Comisiones de Titulación de curso 2019-2020, se ha comunicado todas las medidas llevadas a cabo como consecuencia de la crisis sanitaria, para su conocimiento y aprobación por parte de todos los grupos de interés.

PROTOCOLO PARA RESOLUCIÓN DE INCIDENCIAS TECNOLÓGICAS

Se establece un Protocolo para la resolución de incidencias técnicas en la realización de pruebas de evaluación síncronas.