



Universidad de Valladolid

Curso 2018/19

Autoinforme de Seguimiento

Grado/Máster Universitario en:

Marketing e Investigación de mercados

Centro:

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales



Índice del Autoinforme:

Valoración global del título.

1 Desarrollo del plan de estudios.

1.1 Implantación y gestión académica del programa formativo

2 Transparencia y sistema interno de garantía de calidad.

2.1 Información pública del título.

2.2 Sistema de garantía interna de calidad (SGIC).

2.3 Evolución del título a partir de los informes de evaluación externa.

3 Recursos humanos y de apoyo.

3.1 Personal académico

3.2 Recursos de apoyo para el aprendizaje.

4 Resultados del programa formativo.

4.1 Consecución de los resultados de aprendizaje previstos.

4.2 Evolución de los indicadores del título.

4.3 Inserción laboral.

4.4 Satisfacción de los agentes implicados.

4.5 Proyección exterior del título.

5 Plan de Mejora



Universidad	de Valladolid		
Título	Grado en Marketing e Investigación de Mercados		
Responsable del Título	<u>Comité del Título del Grado en Marketing e Investigación de Mercados</u> Coordinador: Javier Rodríguez Pinto Profesores: Luisa María Esteban Ramos (Coordinadora de 1º), Mercedes Prieto Alaiz (Coordinadora de 2º), Ana Isabel Rodríguez Escudero (Coordinadora de 3º) y Ricardo Jiménez Aboitiz (Coordinador de 4º) Estudiantes: Adrián Rico Alonso y Andrea Juliana Román Egresado: Jorge Gómez Villanueva Profesional externo: Tomás González Caballero		
Fecha del Informe	Julio de 2020		
Titulación	<input checked="" type="checkbox"/> Grado	Impartición	<input type="checkbox"/> Palencia <input type="checkbox"/> Segovia <input type="checkbox"/> Soria <input checked="" type="checkbox"/> Valladolid
	<input type="checkbox"/> Máster	Impartición	<input type="checkbox"/> Palencia <input type="checkbox"/> Segovia <input type="checkbox"/> Soria <input type="checkbox"/> Valladolid
	<input type="checkbox"/> Máster Interuniversitario	U. Coordinadora	
		U. Participantes	
Elaborado por	Comité del Título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Valladolid y aprobado en reunión celebrada el 20/07/2020.		
Revisado por	Comisión de Coordinación de los Grados de la Facultad de Económicas y Empresariales		
Difundido	Web de la Facultad de CC.EE y EE de Valladolid: http://www.eco.uva.es/gobierno/calidad/		

En la elaboración de este informe se han seguido las líneas del Documento Marco elaborado por la ACSUCYL y las orientaciones e información proporcionadas por el Gabinete de Estudios y Evaluación de la UVa (indicadores clave del Título y de rendimiento académico por asignatura, encuestas de satisfacción con el programa formativo del Grado de estudiantes, profesores y PAS, encuesta de inserción laboral de los graduados), por el propio Centro (a través del Decanato y de sus servicios administrativos) y por otros servicios de la UVa (Servicio de Relaciones Internacionales y Sección de Formación Permanente e Innovación Docente). Las evidencias que se recogen a lo largo del presente Autoinforme aparecen expuestas en el gestor documental Alfresco.



VALORACIÓN GLOBAL DEL TÍTULO					
Cumplimiento de la memoria verificada del plan de estudios (memoria de verificación inicial junto con las modificaciones aceptadas)		Se ha cumplido sin desviaciones	Se han producido ligeras desviaciones	Se han producido desviaciones sustanciales	
		X			
Situación	Nueva titulación	Reverificación	Modificaciones ACSUCYL	Modificaciones (sin ACSUCYL)	Sin Modificaciones
					X
JUSTIFICACIÓN					
<p>La valoración global del título en relación al cumplimiento de la memoria verificada es satisfactoria y durante el curso 2018/19 se continuó trabajando en las acciones de mejora que se apuntan en el informe favorable de la ACSUCYL y otras promovidas por iniciativa propia del Comité del Título.</p> <p>Cabe destacar especialmente que a lo largo del curso 2018/19, se estuvieron explorando y debatiendo distintas posibilidades de modificación del plan de estudios del Grado en MIM con el propósito fundamental de ampliar y mejorar la formación de nuestros estudiantes en el ámbito del Marketing Digital. En abril de 2019 se remitió al Gabinete de Estudios y Evaluación de la UVa el correspondiente formulario Modifica, aprobado en Junta de Facultad, en el que se planteaban una serie de cambios para lograr tal propósito. Los principales cambios propuestos para su implantación efectiva en el curso 2020/21 eran la transformación en obligatoria de la asignatura de Marketing Digital y la creación de una nueva asignatura optativa de Herramientas de Marketing Digital, aunque también hubo que reorganizar el catálogo de asignaturas del Área de Comercialización e Investigación de Mercados para hacer posible los cambios sin afectar a asignaturas de otras materias ni aumentar el número de créditos obligatorios totales del plan de estudios. Tras su revisión por parte de su Gabinete de Estudios y Evaluación, la UVa envió el 7-10-2019 la propuesta a la ACSUCYL, organismo que aprobó íntegramente todas las modificaciones planteadas, tal y como consta en su informe favorable fechado el 13-12-2019.</p> <p>Otras cuestiones que también cabe señalar se refieren a los Trabajos de Fin de Grado (TFG) y las prácticas externas. Respecto a los TFG, se ha seguido avanzado en la mejora de los procesos de gestión académica y administrativa, consiguiéndose ofrecer información más completa y mejor organizada en la web de la Facultad (http://www.eco.uva.es/tfg/). Además, se modificó el Reglamento de la Facultad, en cuya nueva versión se estableció que la validez de la adjudicación de un tema y tutor es solo para un curso académico. Dicha modificación, debatida en la Comisión de Coordinación de Grados y aprobada por la Junta de Facultad y la Comisión Permanente del Consejo de Gobierno de la Uva, entrará en vigor a partir del curso 2019/20. Asimismo, la Comisión de Coordinación de Grados, para respetar la Ley 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales, arbitró un nuevo mecanismo de publicidad de las calificaciones de los TFG. A tal efecto, se habilitó un Tablón de Anuncios Virtual en el Campus Virtual de cada Grado. De esta forma, se respeta la privacidad de los datos personales porque las calificaciones no son accesibles para un público externo, pero a la vez se respeta la necesaria obligación de transparencia porque las calificaciones sí pueden ser conocidas y consultadas por todos los estudiantes matriculados en la asignatura de TFG y sus tutores.</p> <p>Respecto a la asignatura de Prácticas Externas, se ha solicitado que cuente con actas individuales y una flexibilidad de plazos similar a la que se da en la gestión de las actas de asignaturas cursadas por estudiantes en programas de intercambio tipo Erasmus o SICUE, para con ello facilitar la gestión de las prácticas que se realizan en verano y no perjudicar a los estudiantes. Dicha solicitud fue admitida por el Vicerrectorado de Estudiantes, tal como se informó en la Junta de Facultad de 24-5-2019.</p>					
CAUSAS DE LAS DESVIACIONES Y MEDIDAS ADOPTADAS					
<p>Con las modificaciones del plan de estudios arriba señaladas se pretende dar respuesta a algunas de las debilidades observadas en el Grado y que pueden explicar el cierto grado de insatisfacción de sus estudiantes, que perciben que la formación que reciben no es suficientemente especializada y no se ajusta a las demandas actuales del mercado.</p>					
DIFICULTADES PARA EL DESARROLLO DEL TÍTULO					
<p>Como en años anteriores, las valoraciones de la estructura del plan de estudios y de la formación práctica específica por parte de los estudiantes, aunque en términos generales son aceptables, no son suficientemente satisfactorias. Se ha seguido haciendo un esfuerzo por conocer las causas de ese descontento y tratar de paliarlas en la medida de lo posible. A pesar de las dificultades, ya se ha explicado que se ha acometido una importante modificación del plan de estudios que ha sido evaluada y aprobada por la ACSUCYL, y que se implantará en el curso 2020/21.</p> <p>El profesorado está muy bien cualificado y cuenta con amplia experiencia, sin embargo, la sobrecarga de trabajo, muy acentuada en algunos Departamentos encargados de la docencia en el Título, dificulta la labor docente e impide ofrecer más asignaturas optativas específicas de este Grado.</p> <p>Los sistemas de garantía de calidad obligan a una necesaria transparencia, pero son muy rígidos y poco operativos, lo que</p>					



impide encontrar soluciones efectivas a ciertos problemas recurrentes que afectan al desarrollo del Título.

Aunque no hay problemas para atraer estudiantes y muchos escogen el Grado en MIM como primera opción, sigue siendo necesario mejorar la información que se transmite para que las expectativas acerca de nuestro grado se adecúen más a la realidad, evitando concepciones a priori distorsionadas y limitadas de lo que es “marketing” y poniendo en valor la parte de “investigación de mercados” de la formación que recibirán en este título, formación muy completa y demandada en el mercado laboral. En este sentido, desde la Facultad se cursó una solicitud para que se amplíe el catálogo de asignaturas que ponderan en la EBAU a efectos de calcular la nota de ingreso en cualquiera de los cuatro Grados. Se trata de señalar que no solo son bienvenidos los estudiantes de bachillerato de la rama de humanidades y ciencias sociales, sino también los de la rama de ciencias.

También se está tratando de completar la información que se transmite a los estudiantes de los distintos cursos del Grado para que conozcan mejor los recursos a su disposición y orientarles de manera más precisa sobre cuestiones académicas y profesionales de su interés.



I. GESTIÓN DEL TÍTULO				
1. Desarrollo del plan de estudios				
1.2. Implantación y gestión académica del programa formativo				
CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES	Se ha cumplido sin desviaciones	Se han producido ligeras desviaciones	Se han producido desviaciones sustanciales	No procede
Los requisitos de acceso establecidos por la Universidad se han cumplido correctamente en el título, y se ha respetado el número de plazas ofertadas en la memoria verificada.	X			
Los criterios de admisión se han aplicado correctamente, permitiendo que los estudiantes tengan el perfil de ingreso adecuado para iniciar estos estudios.	X			
La normativa académica de permanencia establecida por la Universidad se ha aplicado correctamente al título	X			
La normativa de transferencia y reconocimiento de créditos se ha aplicado de forma adecuada, teniendo en cuenta las competencias adquiridas por los estudiantes y las competencias a adquirir en el título.	X			
La implantación del plan de estudios y la organización del programa se ha desarrollado a través de una planificación docente conforme a la estructura de módulos, materias y/o asignaturas recogida en la memoria verificada.	X			
La coordinación ha sido adecuada para facilitar el trabajo previsto del estudiante y coherente con la adquisición de competencias prevista.		X		
La implantación, en su caso, de un programa de estudios simultaneo (título doble) se ha desarrollado conforme a la memoria verificada del título objeto de evaluación y cumpliendo los estándares de gestión académica de cada título (reconocimiento, planificación,...).				X
La implantación, en su caso, del curso de adaptación se ha desarrollado conforme a la memoria verificada.				X
Se han garantizado los derechos de los estudiantes afectados, en su caso, por la extinción de un título anterior que ha dado origen al actual				X
JUSTIFICACIÓN				
<p>En el curso 2018/2019 se ha cumplido el proyecto recogido en la memoria de verificación. Como en cursos anteriores, se ha dado apoyo y difusión a los procesos de admisión y matriculación. Así mismo, se han realizado jornadas de bienvenida a los estudiantes de nuevo ingreso y de orientación académica y profesional a los estudiantes de últimos cursos. En la misma línea, se ha dado difusión y se ha animado a la participación en las distintas jornadas y actividades de orientación que se realizan desde la universidad (ej. sesiones informativas sobre convocatorias de movilidad, becas, etc.)</p> <p>Durante el curso 2018/19 se respetó el número de plazas ofertadas anualmente (60). Quedaron unas pocas plazas sin cubrir y la nota de corte disminuyó hasta el 5,0 (frente al 6,9 del curso 2017/18). No obstante, consideramos que estos datos negativos son puntuales y se debieron a la compleja gestión del proceso de admisión. Se evidencia en las cifras de demanda del Grado en MIM, que siguieron siendo muy elevadas (132 estudiantes lo solicitaron en primera opción), muy por encima de las plazas ofrecidas, por lo que un gran número de estudiantes no es admitido en primera instancia y queda en espera. Se observó que había un problema en los plazos y la manera de gestionar las listas de alumnos admitidos. A medida que los estudiantes se van matriculando y se comprueban las plazas disponibles, se va llamando a los estudiantes de la lista de espera, pero es probable que muchos ya sea demasiado tarde y se hayan matriculado en otros estudios o en otras universidades en las que hubieran sido admitidos con anterioridad. En cualquier caso, además de la gran demanda que mantiene este título, otros indicios del atractivo del Grado en MIM es que casi un 30% de los estudiantes de nuevo ingreso proviene de otras comunidades autónomas o de otras provincias de Castilla y León en las que la UVa no tiene campus, y que la nota media de admisión es bastante elevada, 6,8, por lo que el perfil de ingreso parece adecuado.</p> <p>Por lo demás, el proyecto establecido en la memoria de verificación se cumplió sin desviaciones significativas, aunque sigue habiendo aspectos a mejorar. Eso se desprende del dato de satisfacción media de los estudiantes con el grado en su conjunto, que disminuye ligeramente hasta el 5,6 (frente al 6,2 del curso anterior). Un 77,8% de los encuestados dio valoraciones por encima de 5, pero la media sigue siendo inferior a la media general de la UVa (7,0). La valoración de la calidad docente del profesorado del Grado en MIM es más favorable que en el curso pasado (6,2 vs. 5,8). Aumenta notablemente la satisfacción con la distribución de horarios, exámenes y tutorías (6,1 en el curso 2018/19 frente a 5,2 del curso 2017/18, en el que recordamos que se abandonó un sistema de horarios con turnos de mañana y tarde rotativos entre cursos y se retornó a horarios de clase fundamentalmente de mañana). También mejoran otros indicadores de satisfacción como las valoraciones de la tutoría curricular (5,6 en el curso 2018/19 cuando en el anterior fue solo 4,7), la distribución y secuencia de asignaturas del plan de estudios (5,6) y la coherencia entre créditos de cada asignatura y carga de trabajo exigida (5,3), aunque las puntuaciones siguen siendo modestas. Como se explica en el</p>				



apartado 4.1, varios aspectos del proceso de enseñanza-aprendizaje reciben valoraciones muy pobres (preparación práctica específica de la carrera, metodologías didácticas, coordinación del profesorado, etc.), y resulta alarmante que solo un 33,3% considera que se están cumpliendo sus objetivos para el grado (frente al 79,1% UVa) y que un 66,7% se ha planteado el abandono (31,2% UVa). Otros aspectos con los que también se sienten algo insatisfechos son la orientación y apoyo del Área de Empresa para realizar prácticas (5,1 MIM - 6,0 UVa), la orientación sobre salidas profesionales (4,41 MIM - 6 UVa), información sobre programas de movilidad (4,35 MIM - 5,9 UVa), las becas y ayudas económicas (5,6 MIM - 6,8 UVa) o los canales para recoger quejas y sugerencias (4,56 MIM - 5,8 UVa).

Este año se dispone de los resultados de la encuesta de satisfacción del **profesorado** con el programa formativo, que pasó a realizarse bienalmente. La tasa de respuesta de la encuesta correspondiente al curso 2018/19 fue muy similar a la de la última encuesta disponible (curso 2016/17). La información proporcionada nos indica que el grado de satisfacción del profesorado es notable. La media de satisfacción global del profesorado del Grado en MIM se mantiene en 7,3. Si lo comparamos con la media obtenida para el conjunto de grados de la UVa (7,7), no parece que haya diferencias significativas con otros grados en cuanto al grado de satisfacción del PDI de MIM.

También se dispone de la encuesta de satisfacción del **PAS** del centro, que tiene un nivel de satisfacción con la gestión académica (6,6) similar al manifestado por el PAS de la UVa (6,7) (solo debe responder a las preguntas sobre gestión académica el PAS perteneciente a unidades relacionadas con esta tarea).

En lo referente a los programas de **movilidad** (Erasmus y SICUE), de los últimos datos disponibles se desprende la gran satisfacción a nivel global manifestada por parte de los estudiantes. Es especialmente bien valorada la experiencia personal de su estancia, aunque el resto de aspectos también reciben valoraciones positivas. No obstante, se demanda una simplificación de los trámites administrativos y algo más de atención por parte de los tutores.

Se continuó con el esfuerzo para ampliar la oferta de **asignaturas optativas** específicas del grado. Concretamente, en el curso 2018/19 se impartió por primera vez la asignatura de *Marketing en Áreas Específicas*. Destacamos asimismo el elevado número de **prácticas externas** realizadas por los estudiantes. En este curso, 46 estudiantes hicieron una media de 410 horas de prácticas externas (curriculares y/o extracurriculares) en empresas, siendo 37 las entidades que acogieron tales estudiantes. Si solo tenemos en cuenta las curriculares, fueron 43 los estudiantes que hicieron prácticas en 33 entidades diferentes, con una media de 335 horas/estudiante. La satisfacción que manifiestan todos los agentes implicados (estudiantes, tutores académicos y tutores de empresas) sigue siendo muy elevada. No es posible hacer una comparación con el curso pasado dado que la gestión académica ha pasado a realizarse a través de la plataforma Sigma y con ello ha cambiado el modelo de informe que tienen que realizar los tres colectivos implicados. Este cambio de plataforma no se ha producido sin incidencias, sino que ha provocado numerosos problemas técnicos y quejas por las deficiencias de la nueva plataforma, sobre todo por parte de los tutores académicos. No obstante, salvo en esta cuestión de la gestión administrativa, podríamos calificar el programa de prácticas externas con un notable alto.

Finalmente, en lo que respecta a los **trabajos de fin de grado (TFG)**, desde el curso 2016/17 se puede realizar la defensa de los TFG en cualquier momento del curso académico, sistema que ha demostrado ser muy eficiente debido a la gran casuística que se da entre los estudiantes en cuanto a cómo se organizan para desarrollar este trabajo y en qué momento completan todos los créditos del plan de estudios para poder solicitar su defensa. Se han continuado mejorando los procesos de gestión académica y administrativa, completando y organizando de manera más clara la información publicada en la web de la Facultad sobre las posibilidades de actuación de los estudiantes y los formularios correspondientes para cada trámite (<http://www.eco.uva.es/tfg/>). La complicación en el proceso de control y asignación de TFG que suponía la posibilidad de anular matrícula y el hecho de que el tema y tutor de TFG pudiera mantenerse durante dos cursos académicos ha sido solventada mediante una ligera modificación del Reglamento de la Facultad en la que se indica que la validez de la adjudicación de un TFG será de un curso académico. Dicha modificación, aprobada en Junta de Facultad el 24-5-2019, se aplicará a partir del curso 2019/20.

PUNTOS FUERTES / BUENAS PRÁCTICAS DETECTADAS

Gran transparencia y rigor en la aplicación de los criterios y normativa de gestión académica del programa formativo. Buen funcionamiento del programa de movilidad y de las prácticas externas y satisfacción de los agentes implicados.

PUNTOS DÉBILES / AREAS DE MEJORA

La estructura que tenía el plan de estudios se había quedado obsoleta, al menos en lo que a la formación en el ámbito del marketing digital se refiere. Que solo hubiera una asignatura específica de esta materia y ésta fuera optativa, no parece acorde con las demandas actuales del mercado.

Necesidad de revisar las metodologías docentes para dotar de un carácter más práctico a las enseñanzas y de ampliar el conocimiento por parte de los profesores sobre las expectativas de los alumnos respecto al contenido de sus asignaturas. Ello permitirá transmitir mejor los objetivos de aprendizaje que se persigue en ciertas asignaturas, cómo se integran en la lógica global del título y cuál es su relevancia práctica para un profesional del marketing y la investigación de mercados.

Sigue siendo un reto lograr una mayor implicación de los estudiantes en todas las actividades formativas.



I. GESTIÓN DEL TÍTULO				
2. Transparencia y sistema interno de garantía de calidad				
2.1. Información pública del título				
CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES	Se ha cumplido sin desviaciones	Se han producido ligeras desviaciones	Se han producido desviaciones sustanciales	No procede
Los responsables del título publican información suficiente, relevante y comprensible sobre el programa formativo y su desarrollo.	X			
La información pública sobre el título es objetiva, está actualizada y es coherente con la memoria verificada.	X			
La información necesaria para la toma de decisiones de los estudiantes y otros agentes de interés está fácilmente accesible .	X			
Las guías docentes ofrecen información relevante y están disponibles antes del periodo de preinscripción	X			
JUSTIFICACIÓN				
<p>El Comité de Coordinación del Título ha seguido velando por que se garantice la información a los alumnos a través de las guías docentes de las asignaturas y por completar la oferta académica por otras actividades relacionadas con el ámbito profesional (conferencias, visitas a empresas y jornadas de orientación).</p> <p>La web de la UVA presenta un enlace donde puede localizarse con facilidad la oferta educativa de Grados en los distintos campus y centros: http://www.uva.es/export/sites/uva/2.docencia/. La información sobre el título es completa, incluyendo los enlaces a las guías docentes de las asignaturas, horarios, tutorías y fechas de exámenes (disponibles siempre antes de los periodos de preinscripción y matrícula), así como a otra información general como las salidas académicas y profesionales o los informes de evaluación y calidad.</p> <p>La página web de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (http://www.eco.uva.es/) ofrece a través de dos submenús (Docencia y Alumnos) acceso rápido, fácil y actualizado a la información más relevante del Grado: guías docentes, profesorado, tutorías, horarios, calendario de exámenes, etc. Toda la información relevante del Grado en MIM está siempre disponible en tiempo y forma en: http://www.eco.uva.es/titulaciones/mim/. Existe, además, un enlace específico y actualizado sobre Trabajos Fin de Grado (http://www.eco.uva.es/tfg/).</p> <p>Los estudiantes se muestran muy satisfechos con la información disponible en las guías docentes (91,7% de estudiantes satisfechos) y en la web de la UVA (86,1%).</p> <p>La información en la web se complementa con la proporcionada a través de las redes sociales, especialmente Twitter (https://twitter.com/economicas_uva) y Flickr (https://www.flickr.com/photos/economicas_uva/albums). Asimismo, el área de Comercialización e Investigación de Mercados difunde las actividades realizadas desde su propia cuenta de Twitter https://twitter.com/CIMNetwork_UVA. En el caso de la Facultad de Ciencias Económicas de Valladolid se mantienen activos los siguientes enlaces:</p> <p>Por último, se han seguido potenciando las diversas actividades de difusión de los Grados de la Facultad, entre ellos el de MIM, y los actos de acogida y orientación a los estudiantes. Cabe destacar los siguientes eventos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acto de bienvenida a los estudiantes de nuevo ingreso (19-9-2018) con representantes de la Dirección del Centro, Coordinadores de Grado y personal de la Biblioteca y del Servicio de Informática. • Jornadas informativas en institutos de educación secundaria y centros de F.P. • II Jornadas informativas de la UVA para dar a conocer su oferta formativa. En la sesión del 29-1-2019 se presentó el Grado de MIM y el resto de títulos de la Facultad. • I Encuentro de Docentes en Economía, celebrado el 7-2-2019 y que reunió a docentes de esta disciplina de los Centros de Educación Secundaria y de la Facultad. • Jornada de Puertas Abiertas, celebrada el 29-3-2019 y dirigida a potenciales alumnos de Bachillerato y Ciclos Formativos de Grado Superior. • XI edición de la Olimpiada Española de Economía, organizada por nuestra Facultad y cuya entrega de premios tuvo lugar el 9 de mayo. 				
PUNTOS FUERTES / BUENAS PRÁCTICAS				
Se hace un gran esfuerzo para garantizar la máxima transparencia y para lograr que la información sobre el Grado sea clara y accesible a través de las webs de la UVA y la propia Facultad, así como de sus redes sociales.				
PUNTOS DÉBILES / AREAS DE MEJORA				
Se requiere una atención constante para que la información sea uniforme y esté actualizada. Convendría simplificar el diseño de la web de la UVA para facilitar la localización de la información relevante. También convendría actualizar el diseño e imagen de la web de la Facultad y potenciar más la difusión de información y noticias relevantes a través de las redes sociales.				



I. GESTIÓN DEL TÍTULO				
2. Transparencia y sistema interno de garantía de calidad				
2.2. Sistema de garantía interna de calidad (SGIC)				
CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES	Se ha cumplido sin desviaciones	Se han producido ligeras desviaciones	Se han producido desviaciones sustanciales	No procede
EL SGIC se ha desplegado de manera adecuada para evaluar y mejorar la calidad de todos los procesos implicados en el título.	X			
El SGIC facilita el procedimiento de seguimiento del título (y, en su caso, renovación de la acreditación), y se utiliza para la toma de decisiones en los procedimientos de actualización (y, en su caso, modificación).	X			
El SGIC garantiza la recogida y análisis continuo de información y datos objetivos de los resultados y satisfacción de los grupos de interés.	X			
El SGIC dispone de procedimientos adecuados para atender las sugerencias, quejas y reclamaciones .	X			
JUSTIFICACIÓN				
<p>El Sistema Interno de Garantía de Calidad y los diferentes órganos que lo integran vienen desarrollando sin incidencias sus funciones, reuniéndose de forma continuada a lo largo del curso para tratar de todos los temas que sean necesarios para fortalecer la calidad de las titulaciones ofertadas. Su composición aparece en: http://www.eco.uva.es/gobierno/.</p> <p>Los órganos de calidad colaboran con los centros y departamentos en el desarrollo del título y la coordinación de profesores. A lo largo del curso 2018-19 se mantuvieron las preceptivas reuniones de las diferentes comisiones y comités. El Comité del Título de Grado en MIM mantuvo cuatro reuniones formales, cuyas actas están archivadas en el gestor documental ALFRESCO.</p> <p>Asimismo, la delegación de tareas y la colaboración con los coordinadores de curso, así como la colaboración de los departamentos, coordinadores de asignatura y de la mayoría del profesorado implicado, favorecen un correcto funcionamiento del sistema de garantía de calidad. Especialmente importantes son las frecuentes reuniones formales (Comisión de Coordinación de Grados) e informales entre los coordinadores de los distintos grados de la Facultad. Durante el curso 2018/19, fue indispensable la colaboración del Gabinete de Estudios y Evaluación de la UVa para la correcta presentación de toda la documentación necesaria para plantear la modificación del plan de estudios del Grado en MIM.</p>				
PUNTOS FUERTES / BUENAS PRÁCTICAS				
<p>La coordinación a los distintos niveles se sustenta en la excelente disposición de los agentes implicados. Asimismo, el SIGC implantado garantiza la recogida e intercambio de información y la obtención de los resultados relevantes para la toma de decisiones y para la gestión eficaz del Título, velando por su calidad.</p>				
PUNTOS DÉBILES / AREAS DE MEJORA				
<p>La excesiva carga de trabajo de los agentes implicados y las tareas de contenido burocrático dificultan el avance. Asimismo, la información con la que se cuenta para valorar el funcionamiento del Título es considerable, pero debería ser mucho más sintética, homogénea y puntual para que sea verdaderamente útil en el análisis y la toma de decisiones.</p> <p>También sería conveniente que el modelo del Informe de Seguimiento Interno se simplificara y se adelantara su realización todo lo que sea posible en función de la recogida de la información necesaria para promover un análisis más prospectivo. El Comité está de acuerdo en que es vital hacer un seguimiento del Grado, pero el sistema de seguimiento actual consume mucho tiempo y acaba convirtiéndose en una memoria meramente retrospectiva que no facilita la puesta en marcha de mejoras sustanciales, especialmente si tenemos en cuenta la compleja estructura para la planificación docente la UVa, que presenta difusas fronteras en cuanto a competencias y responsabilidad.</p>				



I. GESTIÓN DEL TÍTULO				
2. Transparencia y sistema interno de garantía de calidad				
2.3. Evolución del título a partir de los informes de evaluación externa				
CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES	Se ha cumplido sin desviaciones	Se han producido ligeras desviaciones	Se han producido desviaciones sustanciales	No procede
Los responsables del título han analizado los requerimientos y recomendaciones contenidas en los informes externos de evaluación, y en su caso los ha incorporado a la planificación y desarrollo del título.	X			
Las actuaciones desarrolladas en respuesta a los informes de evaluación han sido efectivas para la mejora del título.	X			
JUSTIFICACIÓN				
<p>Durante el curso 2018/19 se ha seguido incidiendo en las acciones de mejora sugeridas en el Informe favorable de la ACSUCyL en el proceso de renovación de la acreditación. Como ha sido señalado anteriormente, además de completar la oferta de asignaturas optativas con el inicio de la impartición de la asignatura de Marketing en Áreas Específicas, se ha acometido una importante modificación del plan de estudios del Grado para reforzar la formación en el ámbito del Marketing Digital, que consideramos era una de las principales carencias del título y una de las principales fuentes de insatisfacción de los estudiantes. Una vez aprobadas, las modificaciones propuestas se implantarán en el curso 2020/21.</p> <p>Las pequeñas pero continuas mejoras en la organización de los horarios, en la información de las guías docentes sobre los sistemas y pruebas de evaluación en convocatorias ordinarias y extraordinarias, o en los procedimientos de asignación de temas y tutores de TFG para que exista correspondencia entre las áreas de conocimiento a las que se vinculan los trabajos y su peso en la formación dentro del Grado, también deberían contribuir a aumentar la satisfacción de los estudiantes y la tasa de graduación.</p> <p>No podemos olvidar que la relativa insatisfacción y las preocupantes tasas de abandono también están condicionadas por las expectativas previas. Numerosos estudiantes ingresan en el Grado atraídos por el marketing, pero algunos perciben que la formación que reciben sobre marketing es insuficiente y que se da demasiado peso a las asignaturas de investigación de mercados, que son consideradas más difíciles, o de ámbitos más generales de la economía. Aunque resulte obvio por el nombre del título, el perfil de investigación de mercados a menudo pasa inadvertido cuando los estudiantes escogen qué grado van a estudiar. En este sentido, se ha hecho un esfuerzo por mejorar la información que se ofrece sobre el título a los potenciales estudiantes a través de la web y en los actos de presentación de la oferta académica de la UVA en general y de la Facultad en particular, comunicando con mayor claridad el tipo de materias que se verán en el grado y que confieren a los graduados en MIM un perfil muy cualificado y bien valorado por las empresas.</p>				
PUNTOS FUERTES / BUENAS PRÁCTICAS				
<p>Las acciones de mejora sugeridas por los informes de la ACSUCyL en los diferentes órganos del sistema de calidad se analizan a la mayor brevedad y su implementación se lleva a cabo de la forma más rápida posible, buscando siempre la máxima coordinación y una adecuada homogeneidad entre los diversos títulos de la Facultad.</p>				
PUNTOS DÉBILES / AREAS DE MEJORA				
<p>Los sistemas de garantía de calidad obligan a una necesaria transparencia, pero también conllevan rigidez por una burocracia excesiva que dificulta los procesos de cambio y alarga los plazos para lograr la aprobación y puesta en marcha de cualquier modificación. Las restricciones de personal y presupuestarias, así como la complejidad de la estructura organizativa de la UVA y sus organismos de gestión tampoco ayudan a acometer mejoras sustanciales en los títulos.</p>				



II. RECURSOS				
3. Recursos humanos y de apoyo				
3.1. Personal académico				
CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES	Se ha cumplido sin desviaciones	Se han producido ligeras desviaciones	Se han producido desviaciones sustanciales	No procede
El personal académico es suficiente y dispone de la dedicación adecuada para el desarrollo del programa formativo considerando las características del título (entre otros: número de estudiantes, modalidades docentes).		X		
El personal académico que imparte docencia en el título reúne el nivel de cualificación académica requerido para el título, dispone de la experiencia docente, investigadora y/o profesional adecuada, y es coherente con los compromisos incluidos en la memoria verificada.	X			
La actividad docente del profesorado se evalúa , el profesorado actualiza su formación docente y se implica en iniciativas de innovación docente, teniendo en cuenta las características del título.	X			
JUSTIFICACIÓN				
<p>El PDI que imparte docencia en el título muestra una amplia cualificación docente e investigadora. La mayor parte de los profesores imparten su docencia en varias titulaciones. El número de profesores implicados fue aumentando a medida que se implantaba el grado y se ha estabilizado en torno al medio centenar. En el curso 2018/19 fueron en total 48 los profesores que impartieron docencia en el Grado: 4 catedráticos de universidad, 26 profesores titulares de universidad, 2 profesores titulares de escuela, 10 profesores contratado doctor y 6 profesores asociados.</p> <p>La experiencia docente se puede valorar utilizando como referencia el elevado número de quinquenios docentes por profesor (una media de 5,2). Destaca también la gran experiencia investigadora, reflejada en el elevado porcentaje de profesores doctores (un 88%), en su mayoría con una acreditada actividad investigadora (un 63% de los profesores susceptibles de evaluación tienen reconocido un sexenio o más, con una media de 1,6 sexenios/profesor).</p> <p>Destaca de manera positiva que cuentan con evaluación favorable del programa Docencia el 90% de los profesores, y entre estos 3 de cada 5 recibieron mención de "excelente". También debe mencionarse la alta implicación del profesorado en proyectos de innovación docente (31% del profesorado ha participado en PID o GID) y que un 25% ha participado en actividades de formación del Centro Buendía.</p> <p>Como resultado, cabe reiterar que, aunque el grado de satisfacción de los estudiantes con el profesorado del Grado en MIM sigue siendo mejorable, el promedio de valoración ha subido a un 6,2 (cuatro décimas superior al del curso anterior) y se va acercando a la referencia de los grados de la misma rama (7) y del conjunto de la UVa (6,9). Un 91,7% de los estudiantes se declara satisfecho con la calidad docente del profesorado en general. De los comentarios abiertos de los encuestados también se desprende que los estudiantes demandan metodologías de enseñanza más prácticas y que consideran que algunos profesores son demasiado exigentes y no son capaces de motivar en sus clases.</p> <p>En cuanto al grado de satisfacción del propio profesorado, la encuesta correspondiente al curso 2018/19 arroja resultados muy similares a la de la anterior encuesta (curso 2016/17). La media de satisfacción global del profesorado del Grado en MIM se mantiene en 7,3. Si comparamos este resultado con la media obtenida para el conjunto de grados de la UVa (7,7), no parece que haya diferencias significativas con otros grados en cuanto al grado de satisfacción del PDI de MIM. Si observamos el resto de indicadores desglosados de satisfacción, llegaríamos a la misma conclusión, y las valoraciones oscilan entre el 5,5 de los conocimientos previos de los estudiantes (este ítem sigue siendo el peor valorado) y el 8,5 de los recursos que ofrece la biblioteca (que vuelve a ser el aspecto mejor valorado por el profesorado del grado). Algunos profesores señalan una cierta falta de interés y motivación por parte de los estudiantes.</p> <p>No obstante, debemos seguir mencionado que es excesiva la carga de trabajo de algunos profesores y de ciertos departamentos. El personal docente resulta escaso para abarcar la diversidad de aspectos del programa formativo y la variedad de actividades que requiere el desarrollo del título. Así, dada la actual dotación de PDI no resulta posible impartir la totalidad de asignaturas optativas previstas en la memoria del título. Además, en ciertos departamentos (muy particularmente el de Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados), existe mucha dependencia del profesorado asociado y sufren especialmente las condiciones y los retrasos en los plazos de contratación, lo que genera ciertas disfunciones en cuanto a la organización de la docencia.</p>				
PUNTOS FUERTES / BUENAS PRÁCTICAS				
La cualificación y experiencia del profesorado, su continuo interés por la formación y la innovación docente, y su compromiso con la correcta atención a los estudiantes.				
PUNTOS DÉBILES / AREAS DE MEJORA				
El personal académico soporta una excesiva carga de trabajo y muchas de las tareas y actividades docentes y de				



gestión no son suficientemente reconocidas (ej. coordinación de prácticas externas, supervisión y tutela de los programas de movilidad internacional y nacional de estudiantes, tutela de trabajos de fin de grado, y así un largo etcétera). Esta sobrecarga dificulta la actividad investigadora y resta eficacia a la labor docente
Además, en nuestra universidad nos encontramos con dos problemas adicionales: el envejecimiento generalizado de la plantilla y una dependencia excesiva de profesores asociados en algunos departamentos.



II. RECURSOS				
3. Recursos humanos y de apoyo				
3.2. Recursos de apoyo para el aprendizaje				
CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES	Se ha cumplido sin desviaciones	Se han producido ligeras desviaciones	Se han producido desviaciones sustanciales	No procede
El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es suficiente y adecuado, teniendo en cuenta los compromisos y características del título (entre otros: número de estudiantes, modalidades docentes presencial, semi presencial y a distancia).	X			
Los recursos materiales e infraestructuras (entre otros: aulas, bibliotecas, laboratorios) puestos al servicio del programa formativo son suficientes y adecuados, teniendo en cuenta los compromisos y características del título (entre otros: número de estudiantes, modalidades docentes) y cumplen, en su caso, las regulaciones en materia de seguridad y medioambiente.	X			
Los servicios de apoyo (entre otros: orientación académica y profesional, apoyo social) responden al proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes, son accesibles y conocidos.	X			
JUSTIFICACIÓN				
<p>El Centro continúa realizando esfuerzos para adaptar los recursos materiales e infraestructuras al programa formativo. Durante el curso 2018/19 pueden destacarse las siguientes acciones:</p> <p><u>Creación y mejora de espacios:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Sustitución de proyectores y lámparas en diversas aulas de docencia de la Facultad y el Aulario. - Instalación de luminarias <i>led</i> en el pasillo central y la biblioteca y de un desfibrilador. - Renovación de equipos del Decanato, de Consejería, del Servicio de Relaciones Internacionales, del Servicio de Deportes y del Servicio de Prácticas Externas. - Reparación del aparcamiento de la Facultad. - Instalación de nuevos puntos de aparcamiento para bicicletas a la entrada del Aulario. <p><u>Equipamiento de las aulas informáticas (AI), aulas de docencia y software instalado:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Renovación de todos los equipos que llevan discos SSD en el aula AI4. - Renovación de 36 equipos y cambio a discos SSD en los 14 equipos restantes en el aula AI2. - Actualización a Windows 10 en las aulas AI1, AI2 y AI4. - Actualización de antivirus y de licencia de Statgraphics18 y Deepfreeze en todas las aulas informáticas y de docencia del Centro y del Aulario y actualización de la licencia Powersim en el aula AI3. - Desinstalación software antiguo e instalación del nuevo en todas las aulas informáticas y de docencia del Centro y del Aulario: Eviews 11, Matlab 2018 y Wx Maxima. - Firma de convenio con Wolters Kluwer que permite a estudiantes y profesores acceder a software de aplicación en Contabilidad y Fiscalidad. <p><u>Recursos y servicios de la Biblioteca de la Facultad:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Como unidad de apoyo a la docencia, al estudio y a la investigación, se siguen ampliando los espacios y equipamientos (ordenadores de sobremesa y portátiles, tabletas, escáneres portátiles, atriles, lectores de libros electrónicos, memorias USB, cascos protectores del ruido, etc.) y los recursos y servicios proporcionados (recursos electrónicos, bases de datos, reserva online de sala de trabajo, blog, asesoramiento, formación de usuarios, etc.). Toda la información se encuentra en: http://biblioteca.uva.es/export/sites/biblioteca/1.informaciongeneral/1.2.bibliotecas/1.2.08.economicas/1.2.08.01.dirtorio/index.html y http://bibecouva.blogs.uva.es/ <p>La encuesta a los estudiantes refleja un razonable grado satisfacción con las instalaciones y servicios para el proceso formativo. Los porcentajes de satisfacción superan el 80% en todos los apartados, destacando el servicio de la biblioteca, que sigue siendo el mejor valorado y mantiene una puntuación media de 7,7. También se muestran satisfechos con los servicios generales y de extensión universitaria, otorgando la mayor puntuación al PAS (7) y la más baja a las becas y ayudas económicas (5,6). No obstante, llama la atención que, en general, las puntuaciones que dan los estudiantes del Grado en MIM a todos estos aspectos quedan siempre por debajo de las medias de la UVa. La brecha más amplia se observa para la valoración de las aulas (para los estudiantes de MIM la puntuación media es de 6,1, frente a 7,2 de la UVa). La encuesta de satisfacción del profesorado refleja un notable grado de satisfacción con la infraestructura y los recursos para la docencia, con unas valoraciones medias que oscilan entre el 7,2 que se da a la información facilitada a través de la página web de la UVa y el 8,5 otorgado a los recursos que ofrece la Biblioteca.</p> <p>Algunas de las cuestiones a mejorar de las instalaciones sugeridas por algunos estudiantes y profesores tienen que ver con las condiciones de las aulas (acústica, iluminación, climatización, incomodidad del mobiliario, dificultades para la conexión de dispositivos portátiles, etc.). En lo que a equipamiento y servicios informáticos se refiere, hay que destacar que son más que aceptables teniendo en cuenta que sólo existen dos personas resolviendo todas las</p>				



incidencias informáticas de la Facultad (correspondientes a 185 equipos para docencia, además de todos los equipos de los departamentos y del resto de servicios del centro), a las que hay que añadir las relacionadas con la firma electrónica de actas, la gestión de la web de la Facultad y de las redes sociales y el soporte y ayuda en actos y eventos en dependencias de la Facultad como el Aula Magna y el Salón de Grados. Las buenas valoraciones que recibe tanto de estudiantes como profesores el servicio de biblioteca no sorprenden, dado el dinamismo de sus responsables y el esfuerzo realizado para atender las necesidades de estudiantes, docentes e investigadores, que se demuestra en la organización de actividades de formación y divulgativas, a iniciativa propia o en colaboración con algunos profesores. También difunden información útil y de interés a través de su blog. Su buena labor es reconocida exteriormente, pues durante el curso 2018/19 ha mantenido el Sello de Excelencia Europea 500+ EFQM).

En relación a los **servicios de apoyo (orientación académica y profesional a estudiantes) generales y específicos para el Grado en MIM** se han desarrollado múltiples actividades que fueron anunciadas en la web de la Facultad (<http://www.eco.uva.es/>), así como en Twitter (https://twitter.com/economicas_uva y https://twitter.com/CIMNetwork_UVa) y figuran en el histórico de eventos (<http://www.eco.uva.es/historico/>). Entre ellas destacamos las siguientes:

- Acto de acogida a los estudiantes de nuevo ingreso en el Aula Magna de la Facultad al comienzo del curso (10-9-2018).
- *I Jornada de Defensa y Reconocimiento de los TFG* (21-9-2018) en la que se presentaron los mejores TFGs de Economía y Empresa del curso anterior con el objetivo de difundirlos, reconocer el esfuerzo de sus autores y orientar a los estudiantes sobre cómo debe efectuarse la presentación y defensa de un TFG.
- Sesión informativa: "La Cámara de Comercio: puerta de entrada a las empresas" (28-11-2018).
- La Biblioteca de Económicas, en colaboración con los profesores organizó varias sesiones informativas sobre la Biblioteca, sus recursos y servicios.
- Las Bibliotecas de Comercio y Económicas organizaron cursos online sobre *Adquisición de habilidades en Recursos de Información de Economía, Comercio y Empresa* dirigida a estudiantes de últimos cursos de Grado próximos a la elaboración del TFG.
- La Biblioteca también ha elaborado una guía con pautas y consejos útiles para la planificación, redacción y exposición de TFG y TFM (<http://bibecouva.blogs.uva.es/2019/03/27/guia-de-la-biblioteca-para-la-elaboracion-del-tfg-tfm/>).
- Charla sobre *Edición, maquetación y presentación de Trabajo Fin de Grado* (1-3-2019).
- Sesión de orientación académica para los estudiantes de MIM (12-3-2019)
- *XX Foro de Empleo FIBEST 2019* (20-3-2019)
- *IV Jornada Oriéntate* de orientación profesional a los estudiantes de MIM (2-5-2019).

Además, desde la UVa se continúa en el esfuerzo de impulsar sus servicios de apoyo, realizando y promoviendo actividades de orientación académica y profesional que pueden conocerse a través de los portales: <https://uvaorienta.com/> y <https://funge.uva.es/empleo/>.

PUNTOS FUERTES / BUENAS PRÁCTICAS

Esfuerzo de los responsables del Centro para mejorar y adaptar las infraestructuras y medios disponibles para la actividad docente.
Excelente trabajo del personal de administración y servicios, muy particularmente el de los servicios informáticos y de la biblioteca, facilitando el desarrollo de todas las tareas y actividades realizadas en la Facultad.
Importante esfuerzo en organizar jornadas, charlas y sesiones informativas que sirvan de orientación académica y profesional a los estudiantes, combinando actividades para el conjunto de Grados de la Facultad con otras específicas para el Grado en MIM.

PUNTOS DÉBILES / AREAS DE MEJORA

El personal de apoyo, sobre todo en servicios informáticos, es claramente insuficiente para las necesidades que plantea el desarrollo de las actividades formativas del título.
La orientación y apoyo del Área de Empresa para realizar prácticas es mejorable. A pesar del impulso que desde la UVa y la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales se ha dado a los servicios de orientación académica y profesional, todavía no son excesivamente conocidos ni utilizados por los estudiantes.
Es mejorable la publicidad que se da a este tipo de actuaciones y la participación por parte de los estudiantes para lograr un mayor aprovechamiento de los recursos y actividades realizadas.



III. RECURSOS				
4. Resultados del programa formativo				
4.1. Consecución de los resultados de aprendizaje previstos				
CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES	Se ha cumplido sin desviaciones	Se han producido ligeras desviaciones	Se han producido desviaciones sustanciales	No procede
Los resultados de aprendizaje alcanzados por los titulados con la adquisición de competencias han sido analizados, satisfacen los objetivos del programa formativo, son coherentes con el perfil de egreso contemplado en la memoria verificada y se corresponden con el nivel del MECES (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) de la titulación.	X			
Las actividades formativas y su metodología de enseñanza-aprendizaje son adecuadas para la adquisición de las competencias previstas.		X		
Los sistemas de evaluación aplicados se corresponden con los comprometidos, se ajustan a los objetivos del programa formativo y permiten una valoración adecuada de los resultados de aprendizaje.	X			
En el caso que el título incluya itinerarios para estudiantes de un programa de títulos dobles o de un curso de adaptación , adecuada adquisición de competencias y consecución de los resultados de aprendizaje de los estudiantes que siguen estos itinerarios.				X
JUSTIFICACIÓN				
<p>Los estándares relativos a la consecución de los resultados de aprendizaje previstos se han analizado y cumplen aceptablemente los objetivos del programa formativo. Las actividades formativas ordinarias se han desarrollado con normalidad y sin incidencias, y los sistemas de evaluación aplicados se corresponden con los comprometidos.</p> <p>Aunque en general se declaran mayoritariamente satisfechos y se han corregido algunos de los problemas detectados en cursos anteriores como la distribución de horarios y pruebas de evaluación, los estudiantes siguen mostrando cierta disconformidad con la organización del proceso de enseñanza-aprendizaje. Entre los indicadores en los que hay mayor margen de mejora porque se observa una menor satisfacción o unas diferencias más significativas en comparación con el conjunto de grados de la UVa, figuran la preparación práctica específica propia de la carrera (4,58 en MIM frente al 6,3 de la UVa); las metodologías didácticas (5,1 MIM - 6,2 UVa); los conocimientos teóricos específicos de la carrera (5,4 MIM - 7,2 UVa); o la coordinación entre el profesorado (5,4 MIM - 6,1 UVa); la coherencia entre objetivos, materia y exigencia (5,5 MIM - 6,5 UVa); o la objetividad de las calificaciones (5,8 MIM - 7,0 UVa). Las valoraciones más positivas (equiparables a la media de la UVa) se dan al fomento por parte del profesorado de la utilización de las tutorías (7,1) y a las propias tutorías de las asignaturas (6,8), y a la información que se da en las guías docentes (6,8). De los comentarios abiertos de los encuestados también se desprende que una parte del estudiantado considera que debería mejorarse la preparación práctica, modernizar las metodologías de enseñanza y ampliar los contenidos más especializados de marketing, mencionando especialmente el marketing digital.</p> <p>Los profesores indican en la encuesta de satisfacción un nivel notable de cumplimiento de los estándares en el desarrollo de la docencia y los resultados de aprendizaje previstos. En general están altamente satisfechos con su labor docente (7,8 de media), y valoran positivamente la relación entre la metodología de enseñanza-aprendizaje desarrollada y los objetivos de sus asignaturas (7,7), las posibilidades para hacer un buen seguimiento del aprendizaje del alumnado (7,4) y los resultados académicos de los estudiantes (7,0). En las respuestas abiertas, algunos profesores señalan la poca implicación y aparente falta de interés de parte del estudiantado.</p> <p>Como en años anteriores, se han organizado numerosas actividades formativas complementarias, algunas de ellas conjuntas para los cuatro grados o los másteres de la Facultad, y otras más específicas dirigidas a los estudiantes del Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Entre las más destacadas del curso 2018-19 podemos mencionar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conferencia: "Influencers, el camino hacia el éxito", impartida por Fátima Sánchez y Carlos Calvo (Le Guide Noir) y organizada junto a la Asociación de Marketing de España. 9-10-2018. • Conferencia: "Inbound Marketing a través de casos prácticos", impartida por Alfredo Reche (Nementio). 17-10-2018. • Entrega del III Premio Madison al mejor trabajo de Investigación de Mercados y conferencia sobre neuromarketing impartida por José Ruiz Prado. 12-12-2018. • Conferencia: "La comunicación digital como eje del negocio", impartida por Enrique Espinel (COO en Civitatis) y organizada por el MBA de la Facultad. 18-3-2019. • Conferencia: "La comunicación en SEMINCI: 21 millones de € de retorno", impartida por Javier Angulo (Director de SEMINCI) y organizada por el MBA de la Facultad. 19-3-2019. • Conferencia: "Branded Utility: nuevas soluciones a problemas de comunicación", impartida por Javier Gómez y Raúl López (NOW-Grupo Havas) y organizada junto a la Asociación de Marketing de España. 21-3-2019. • Visita a la empresa Madison. 6-4-2019. • Visita a Bodegas Yllera. 25-4-2019. • Visita a las empresas Facundo y Prosol en Palencia. 31-4-2019. • IV Jornada Oriéntate MIM (Ponentes: Gema Pastor, Laura Esteban y Luis Miguel Benéitez, todos profesionales de 				



egresados de MIM o ITM en nuestra Facultad). 2-5-2019.

- Seminario sobre comercio electrónico con el prestigioso profesor Wagner Kamakura (Rice University, Houston) organizado por el Programa de Doctorado en Economía de la Empresa. 17-5-2019.

Debido a que ESIC, organizadora del evento "Hoy es Marketing", modificó su fecha habitual de realización, desplazándolo al mes de junio, que coincidía con el periodo de exámenes de la Facultad, en este curso no se pudo realizar la tradicional excursión a Madrid con los estudiantes del Grado para asistir a dicho evento.

PUNTOS FUERTES / BUENAS PRÁCTICAS

Implicación del profesorado en la labor docente y su preocupación por la formación y la innovación. Oferta completa y diversa de actividades formativas complementarias para el desarrollo del Título, que son posibles gracias a la iniciativa y compromiso del Comité del Título, del centro y de los departamentos.

PUNTOS DÉBILES / AREAS DE MEJORA

Una buena parte de los estudiantes percibe que la preparación práctica no es suficiente, que se deben modernizar las metodologías de enseñanza y ampliar los contenidos más especializados de marketing. Hay que redoblar los esfuerzos para transmitir mejor a los estudiantes la relevancia y carácter práctico de la formación que reciben, y para promover una mayor implicación y una participación más activa de los propios estudiantes.



III. RECURSOS				
4. Resultados del programa formativo				
4.2. Evolución de los indicadores del título				
CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES	Se ha cumplido sin desviaciones	Se han producido ligeras desviaciones	Se han producido desviaciones sustanciales	No procede
La evolución de los indicadores de nuevo ingreso y las tasas de rendimiento, de abandono, de graduación y de eficiencia del título son coherentes con la memoria verificada.		X		
Los indicadores reflejan resultados congruentes con la gestión y los recursos puestos a disposición del título, y adecuados al ámbito temático y a las demandas sociales de su entorno.	X			
JUSTIFICACIÓN				
<p>Los indicadores de matrícula en el curso 2018/19 reflejan un descenso en los datos de matrícula. Quedaron unas pocas plazas de nuevo ingreso sin cubrir y la nota de corte disminuyó hasta el 5,0 (frente al 6,9 del curso 2017/18). No obstante, ya se explicó antes en este informe que ciertos datos como la elevada demanda, el que casi un 30% de los estudiantes de nuevo ingreso provenga de otras comunidades autónomas o de otras provincias de Castilla y León fuera del ámbito UVa, o la alta nota media de admisión, son indicativos de que se trató de un descenso puntual y que se mantiene el atractivo del Grado en MIM.</p> <p>Los indicadores globales de resultados se mantienen relativamente estables y en valores aceptables, en general muy similares o más favorables que los que presentan otros grados de la Facultad. En el curso 2018/19, las tasas de rendimiento (créditos aprobados en el curso / total créditos matriculados) y de éxito (créditos aprobados en el curso / créditos presentados a examen) se sitúan respectivamente en el 69,0% y el 79,4%, cifras prácticamente idénticas a las del curso anterior. La tasa de eficiencia (créditos totales superados en la titulación / créditos totales de los que se matriculó) cae ligeramente hasta el 78,9% (un 7% menos que en el curso anterior) y se aleja del objetivo del 90%. Si desglosamos el análisis por cursos, se observa que las tasas de rendimiento y éxito van mejorando progresivamente desde 1º hasta 4º, lo que tiene lógica, pues en 1º los estudiantes reciben la formación básica (común a todos los Grados de la Facultad), mientras que a partir de 2º, y sobre todo en 3º y 4º, es cuando los estudiantes empiezan a cursar las asignaturas obligatorias más específicas del Grado y las asignaturas optativas, incluyendo las prácticas en empresa. El último dato disponible (cohorte 2014/15) de la tasa de graduación refleja un estancamiento y se queda en el 48,4% (el dato anterior fue 49,2%), lo que indica que casi la mitad de los estudiantes que iniciaron sus estudios de MIM en aquel curso lo han finalizado en no más de 4 o 5 años, un porcentaje que es bajo. Tras dos cursos en que el número total de graduados había aumentado y en el curso 2018/19 fueron solo 29 los estudiantes graduados, 16 más que el curso anterior. Una posible explicación de la reducción en las tasas de eficiencia y de graduación puede ser el aumento del número de alumnos que simultanean estudios y trabajo (en torno a un 30% según los datos de las últimas encuestas de inserción laboral, cuando en anteriores encuestas era solo un 20%). Aunque algunos trabajos quizás sean en profesiones relacionadas con el grado, obviamente repercute en el ritmo con el que los alumnos pueden avanzar en sus estudios.</p> <p>En cuanto a la tasa de abandono (porcentaje de estudiantes que no se matriculan en los dos cursos siguientes al de su ingreso), tras un alarmante dato para la cohorte 2014/15 (25,8%), se consolida la mejoría, pues según el último dato disponible (cohorte 2016/17) la tasa de abandono fue tan solo del 14,3% (0,5% inferior a la 2015/16) y claramente por debajo de la referencia del 20% que se consideraría inaceptable. A pesar de esta mejoría, conviene seguir atentos a su evolución futura e intentar detectar y reducir las causas del abandono. En este sentido, en la última encuesta disponible sobre las causas que motivan el abandono o cambio de los títulos oficiales de la UVa, la correspondiente la cohorte 2014/15, que respondieron 12 de los 16 estudiantes que abandonaron el Grado, encontramos algunos resultados interesantes. Un 58,3% cambió de estudios dentro de la UVa y un 33,3% se fue a otra universidad. En cuanto a la nueva carrera elegida, un 45% se cambió al Grado en Comercio y un 27% al Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Las otras carreras e destino mencionadas fueron ADE, Psicología y Relaciones Laborales. Solo un 8,3% no siguió estudiando ninguna titulación universitaria, alegando desmotivación. Casi todos los encuestados coinciden en señalar como una de las causas de abandono el que las expectativas fueran diferentes a lo que se encontraron al cursar el Grado, aunque en algunos casos también influyeron el ambiente, el nivel de exigencia y la acumulación de suspensos, o que había un exceso de teoría. Esto se corresponde con el hecho de que para un tercio de los encuestados este grado no fuera su primera opción.</p>				
PUNTOS FUERTES / BUENAS PRÁCTICAS				
<p>Los indicadores de ingreso siguen siendo positivos, evidenciándose el atractivo que la disciplina de marketing tiene para los estudiantes.</p> <p>Se analiza la evolución de los distintos indicadores de resultados con objeto de detectar problemas y posibles acciones de mejora. Se ha reducido la tasa de abandono.</p>				



PUNTOS DÉBILES / AREAS DE MEJORA

Se debe profundizar en el análisis de las razones por las que las expectativas de buena parte de los estudiantes del Grado no se cumplen. Por una parte, habrá que redoblar el esfuerzo para ampliar la difusión y conocimiento del Grado en MIM (y del resto de Grados de la Facultad) en los centros de bachillerato y formación profesional. En este sentido, hay que comunicar mejor y poner en valor la formación que recibirán en MIM para lograr que las expectativas sean más realistas y no queden distorsionadas por una visión limitada de lo que es el marketing y la ignorancia de la importancia que tiene la investigación de mercados. Por otra parte, hay que impulsar una formación más práctica y actualizar algunas materias para ponerlas en consonancia con la importancia que ha cobrado el marketing digital. Todo ello debería contribuir a mantener las buenas cifras de entrada de nuevos estudiantes, a mejorar la satisfacción de los estudiantes del grado y otros indicadores de resultados, y a reducir más aún si cabe la tasa de abandono.



III. RECURSOS				
4. Resultados del programa formativo				
4.3. Inserción laboral				
CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES	Se ha cumplido sin desviaciones	Se han producido ligeras desviaciones	Se han producido desviaciones sustanciales	No procede
Los valores de los indicadores de inserción laboral de los egresados del título son coherentes con el contexto socioeconómico y profesional del título.	X			
JUSTIFICACIÓN				
<p>En el curso 2018/19 se conocen las encuestas de inserción laboral de total de los graduados en las promociones 2015/16 y 2016/17. El año pasado no se contó con este dato, por lo que este apartado no fue analizado. Para este autoinforme disponemos de las respuestas de 17 de los 30 graduados en el curso 2015/16 (57% de participación) y 24 de los 37 graduados en el curso 2016/17 (65%).</p> <p>Con relación a su situación laboral actual:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La tasa de actividad se mantiene en niveles altos (88,2% en 15/16 y 87,5% en 16/17) y de ocupación desciende ligeramente (88,2% en 15/16 y 83,3% en 16/17), seguramente porque algunos se pusieron a preparar oposiciones. - Se observa una mejoría en el tiempo que les costó encontrar su primer trabajo desde que iniciaron la búsqueda activa (en 2015/16 un 40% tardó más de un año, mientras que en 2016/17 fue solo un 5%) y un porcentaje cada vez mayor de egresados que trabajaban antes de acabar la carrera (27% en 2015/16 por el 45% en 2016/17). Aproximadamente un tercio consigue su primer trabajo gracias a las prácticas de estudio. - En cuanto al principal trabajo actual o el último trabajo que han tenido, todos o casi todos tienen o tenían empleo remunerado por cuenta ajena en el sector privado. Para la inmensa mayoría, la jornada es o era a tiempo completo (100% en 15/16 y 85,7% en 16/17). También la mayoría, aunque no tan ostensible, tenían contrato indefinido (53,3% en 15/16 y 66,7% en 16/17). Desempeñan fundamentalmente funciones técnicas (46,7% en 15/16 y 57,1% en 16/17), y más del 60% trabaja en empresas de ámbito internacional. Más de la mitad trabaja en Castilla y León, aunque aproximadamente un 14% trabaja fuera de España. Un dato negativo, aunque mejora, es la sobrecualificación, ya que algunos tienen trabajos para los que no hace falta titulación universitaria (26,7% en 15/16 y 14,3% en 16/17), y no llega a la mitad (aproximadamente un 47% ambos años) el porcentaje de personas que tienen un trabajo para el que se exige su titulación específica. - La satisfacción global con el trabajo actual es notable, aunque empeora algo (7,9 en 15/16 y 7,0 en 16/17), un patrón similar al observado en cuestiones más específicas como la satisfacción con el contenido del trabajo, con las perspectivas de mejora y promoción o con la remuneración y las condiciones de trabajo. <p>Con relación a la formación recibida en el Grado en MIM, los egresados opinan lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejora ligeramente la percepción de los egresados de que el Título ha contribuido a mejorar su nivel sociolaboral (6,1 en 15/16 y 6,8 en 16/17), así como su satisfacción general con el Título (6,1 en 15/16 y 6,5 en 16/17), o la valoración que dan a la formación recibida (5,9 en 15/16 y 6,4 en 16/17). No obstante, estas puntuaciones siguen siendo modestas y reflejan el descontento de algunos egresados. A la pregunta de si volverían a cursar el mismo título si tuvieran que empezar de nuevo, un 25% de los graduados en 2016/17 respondió negativamente, un porcentaje algo mejor que el 29,4% de la promoción 15/16, y mucho mejor si lo comparamos con la opinión de la promoción 14/15, pero todavía sigue siendo excesivamente alto. - Otro dato de interés es que la inmensa mayoría (en torno al 90%) siguió estudiando tras graduarse. Entre éstos, muchos (un 87% en 15/16 y 68% en 16/17) completaron su formación cursando algún máster (casi siempre en otra universidad), y aproximadamente un 46% lo hizo estudiando idiomas. <p>Aunque de manera informal, y con el apoyo de redes sociales como LinkedIn, se está fomentando un mayor contacto con los egresados del Título, con quienes contamos para charlas de orientación profesional a los actuales estudiantes del Grado en MIM.</p>				
PUNTOS FUERTES / BUENAS PRÁCTICAS				
<p>Buenas cifras de inserción laboral en cuanto a actividad, ocupación, tiempo que se tardó en conseguir empleo y condiciones de trabajo.</p> <p>Aunque todavía se observan indicadores modestos, mejora la satisfacción con el Título y la formación recibida, que ha contribuido positivamente a mejorar el nivel sociolaboral de nuestros egresados.</p> <p>Aceptables perspectivas laborales y oportunidades de carrera, e interés mostrado por continuar con su formación.</p>				
PUNTOS DÉBILES / AREAS DE MEJORA				
<p>Aunque mejora, sigue observándose un cierto problema de sobrecualificación, pues un considerable porcentaje de egresados trabaja en puestos para los que no hace falta título universitario, o si hace falta, no tiene que ser específico de marketing.</p> <p>Cierta insatisfacción con la formación recibida.</p>				



III. RECURSOS				
4. Resultados del programa formativo				
4.4. Satisfacción de los agentes implicados				
CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES	Se ha cumplido sin desviaciones	Se han producido ligeras desviaciones	Se han producido desviaciones sustanciales	No procede
La satisfacción de los estudiantes, de los egresados, del profesorado y, en su caso, el personal de apoyo a la docencia, así como de otros grupos de interés, ha sido analizada , se demuestra adecuada y, en su caso, se adoptan medidas para su mejora .		X		
JUSTIFICACIÓN				
<p>Estudiantes. La satisfacción global de los estudiantes con el grado vuelve a resentirse y cae al 5,6 frente al 6,2 del curso anterior. Son mayoría los estudiantes aceptablemente satisfechos (77,8%), pero estos valores siguen siendo algo pobres y se mantienen claramente por debajo de la satisfacción media para el conjunto de grados de la UVa y del Área (respectivamente 7,0 y 7,1). Recordamos que en los apartados 1.2 y 4.1 del presente autoinforme ya se señaló que, aunque aumenta la satisfacción con ciertos aspectos (valoración de la calidad docente del profesorado; distribución de horarios, exámenes y tutorías; tutorías curriculares; distribución y secuencia de asignaturas del plan de estudios; coherencia entre créditos de cada asignatura y carga de trabajo exigida), otros indicadores empeoran y presentan resultados algo decepcionantes (preparación práctica específica propia de la carrera; metodologías didácticas; conocimientos teóricos específicos de la carrera; coordinación entre el profesorado). Por el lado positivo, también cabe resaltar que los estudiantes se muestran muy satisfechos con la consecución de los objetivos del programa de prácticas externas (8,7) y con los programas de movilidad (8,67, aunque esta media se refiere al curso 2017/18 y está calculada solo con tres encuestados, la mitad de los estudiantes que disfrutaron de una movilidad Erasmus o Sicue). En cualquier caso, aumentar el nivel de satisfacción de los estudiantes y responder mejor a sus heterogéneas expectativas sigue siendo un reto.</p> <p>Egresados. En el análisis de las últimas encuestas de inserción laboral de egresados disponibles (las correspondientes a los graduados en las promociones 2015/16 y 2016/17) se siguen observando unas altas tasas de ocupación, y podemos concluir que, aunque empeoran ligeramente algunos indicadores y mejoran otros, en general el nivel de satisfacción con su trabajo o con la formación que recibieron en el grado siguen siendo aceptables.</p> <p>Profesorado. El curso pasado no se dispuso de la encuesta de satisfacción de profesores, por lo que solo podemos analizar la evolución de este punto en comparación con los resultados del curso 2016/17. En general los resultados son bastante positivos. El grado de satisfacción global medio de los profesores con el Plan de Estudios del Título se mantiene en el 7,3, muy cercano al 7,7 para el conjunto de la UVa. El ítem peor valorado por los profesores es, de nuevo, el nivel de conocimientos previos de sus alumnos (5,5). La valoración en las cuestiones relacionadas con Infraestructura y recursos para la docencia, las valoraciones son notables (la media de este apartado es 7,7), destacando la satisfacción con el servicio de biblioteca (8,5). Aparte puede comentarse los resultados de la encuesta de satisfacción de los tutores académicos de prácticas externas. En general, se muestran muy satisfechos con el programa, pero valoran negativamente la gestión administrativa de las mismas (4,5) y consideran mejorable la información prestada por la UVa a través de su web y los servicios administrativos (5,7).</p> <p>Tutores de prácticas externas. Durante el curso 2018/19, un total de 43 estudiantes realizaron prácticas curriculares en 33 entidades diferentes. Obviamente, la implicación en el programa de prácticas de los tutores académicos es fundamental, y éstos también se muestran satisfechos con el programa (8,2). No podemos hacer una comparativa con cursos anteriores porque se ha cambiado el modelo de informe. No obstante, los tutores académicos valoran de manera positiva la actividad del alumno (8,4) y su evolución (9,0). El 87,1% de las empresas manifiestan que en el futuro seguirán contando con la UVa para su oferta de prácticas. Donde hay más margen de mejora es en la información que suministra la UVa y la gestión administrativa.</p> <p>Personal de Administración y Servicios. Con una valoración media de 6,4 en su satisfacción (ligeramente inferior a la del PAS del conjunto de la UVa, 6,8), los peores resultados, con puntuaciones inferiores a 5, se observan en algunos aspectos relacionados con el Plan de Formación y con el sistema de quejas/reclamaciones/sugerencias.</p>				
PUNTOS FUERTES / BUENAS PRÁCTICAS				
<p>Elevado grado de satisfacción del profesorado y buenos resultados y alta valoración de los programas de movilidad y de prácticas externas de todos los agentes implicados.</p> <p>Buena indicadores de inserción laboral.</p>				
PUNTOS DÉBILES / AREAS DE MEJORA				
<p>Pese a que algunos indicadores siguen mejorando, se ha retrocedido en el nivel global de satisfacción de los estudiantes, que manifiestan cierta insatisfacción con elementos del proceso de enseñanza-aprendizaje relevantes como la como preparación práctica específica propia de la carrera o las metodologías didácticas. A pesar de las dificultades derivadas de la rigidez de la estructura universitaria, no podemos conformarnos y se deben seguir emprendiendo acciones de mejora. No obstante, también debe aumentar la implicación de los propios estudiantes, de los que cabe esperar una participación más activa en las actividades formativas y en los órganos de representación.</p>				



III. RECURSOS				
4. Resultados del programa formativo				
4.5. Proyección exterior del título				
CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES	Se ha cumplido sin desviaciones	Se han producido ligeras desviaciones	Se han producido desviaciones sustanciales	No procede
Los estudiantes participan en programas de movilidad desplazándose a otras universidades nacionales o internacionales, y el título recibe estudiantes procedentes de otras universidades, en coherencia con las previsiones de la memoria verificada y las características del título.	X			
El profesorado y, en su caso, el personal de apoyo a la docencia, participa en programas de movilidad , desplazándose a impartir docencia a otras universidades nacionales e internacionales y profesores procedentes de otras universidades imparten docencia en el título.	X			
El título mantiene convenios de colaboración con instituciones nacionales e internacionales.	X			
JUSTIFICACIÓN				
<p>Para dar mayor visibilidad y proyección de los estudios que imparte y de las actividades que desarrolla, la Facultad mantiene vigentes convenios de colaboración con Uniprex S.A.U. Onda Cero Radio, la Asociación de Marketing de España y la empresa de servicios de marketing Madison, los dos últimos especialmente relevantes para nuestro Título.</p> <p>Por otra parte, nuestra Facultad sigue siendo uno de los centros de la UVa más activos participando en programas de movilidad, tanto a través de convenios ERASMUS como de otros convenios-marco internacionales y nacionales. La información sobre los programas de movilidad internacional está accesible en la web del Servicio de Relaciones Internacionales de la UVa (http://relint.uva.es/), aunque esto no fue así durante algún tiempo por un problema de seguridad informática. Desde la web de la UVa también se informa sobre el programa de movilidad nacional SICUE. Cabe mencionar que se ha mejorado la gestión de los programas de movilidad, facilitándose la realización del Learning Agreement a través de la plataforma de gestión de trámites administrativos Sigma de la UVa.</p> <p>En cuanto a la movilidad Erasmus de profesores, la participación de profesores de la Facultad en el curso 2018/19 fue similar a la del cursos anteriores. Un total de 13 profesores participaron en programas de movilidad, bien para impartir docencia o bien para recibir formación en otras universidades. Los destinos fueron: Université de Bourgogne, École des Hautes Etudes en Sciences Sociales París, Université de Lille, Università degli Studi de Catania, Università degli Studi de Salerno, Università degli Studi de Verona, Ente Lombardo Lingua e Cultura Italiana de Milán, Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu, Sofia University "St. Kliment Ohridski", Instituto Superior Técnico de Lisboa y Universidade de Coimbra.</p> <p>A continuación, detallamos algunos datos de interés sobre la movilidad de estudiantes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Convenios: La Facultad de CCEEyEE participó en programas de movilidad internacional Erasmus+ y Erasmus+ KA107 y otros programas-marco internacionales, con un total de 33 universidades de 13 países europeos, 1 universidad en Norteamérica y 1 universidad de Sudamérica. - Estudiantes enviados y recibidos: En el curso 2018/19, un total de 88 estudiantes de nuestra Facultad participaron en programas de movilidad internacional, 10 del Grado en MIM, de los cuales 3 estudiantes realizaron su estancia en Università degli Studi de Bari (Italia), 2 en EDHEC Business School de Lille (Francia), 2 en Vilnius Gediminas Technical University (Lituania), 2 en Paisii Hilendarski University of Plovdiv (Bulgaria), y 1 en Università Cattolica del Sacro Cuore de Milán (Italia). Vinieron a nuestra Facultad un total de 85 estudiantes internacionales. Dado que se les permite combinar asignaturas de diferentes grados, no es posible identificar específicamente cuántos participaron en las asignaturas del Grado en MIM, aunque siempre es un número considerable. En el programa de movilidad nacional SICUE se recibieron 2 estudiantes y participaron 7 estudiantes de nuestra Facultad, siendo 1 del Grado en MIM, que realizó su estancia en la Universidad de Sevilla. - En la última encuesta disponible de satisfacción de estudiantes con los programas de movilidad, referida al curso 2017/18, se sigue observando una alta satisfacción a nivel global con la estancia (8,67). El aspecto mejor valorado vuelve a ser la experiencia personal (9,33). Llama la atención que la utilidad de los conocimientos adquiridos se valore solo con un 6,67 de media. No obstante, solo respondieron 3 de los 6 participantes, lo que obliga a ser cautelosos en la interpretación de estos resultados. 				
PUNTOS FUERTES / BUENAS PRÁCTICAS				
La Facultad cuenta con una larga trayectoria en lo que se refiere a la movilidad internacional de estudiantes y profesores, siendo uno de los centros de la UVa más activos y contando con una amplia oferta de destinos.				
PUNTOS DÉBILES / AREAS DE MEJORA				
<p>Debe mejorarse la dotación económica de las becas de movilidad, así como la publicidad e información sobre estos programas y los trámites administrativos que conllevan.</p> <p>Hay que mejorar el aprovechamiento que se hace de los convenios de colaboración con entidades, planificando actividades novedosas que sean mutuamente beneficiosas y contribuyan a una mayor proyección exterior.</p>				



5 Plan de Mejora

Revisión de recomendaciones en informes internos y externos

IDENTIFICACIÓN	EVOLUCIÓN		
	CONCLUIDA	EN IMPLANTACIÓN	SIN IMPLANTAR
Estudiar posibles modificaciones en el plan de estudios del Grado que mejoren el título.	X		
JUSTIFICACIÓN DE LA EVOLUCIÓN			
<p>Como se explica al inicio del presente autoinforme, en abril de 2019 se completó una ambiciosa propuesta de modificaciones en el plan de estudios del Grado en MIM fundamentalmente orientadas a ampliar y mejorar la formación de nuestros estudiantes en el ámbito del Marketing Digital. Los cambios sugeridos fueron debatidos y se recogieron en el correspondiente formulario Modifica, aprobado en Junta de Facultad el 11-4-2019. Tras su revisión y aprobación por parte del Gabinete de Estudios y Evaluación de la UVA, la universidad envió el 7-10-2019 la propuesta a la ACSUCYL, organismo que aprobó íntegramente todas las modificaciones planteadas, tal y como consta en su informe favorable fechado el 13-13-2019. Los cambios aprobados serán implantados de manera efectiva en el curso 2020/21.</p>			
IMPACTO			
<p>Dado que las modificaciones aprobadas no serán implantadas hasta el curso 2020/21, es pronto para valorarlo, pero consideramos el refuerzo de las enseñanzas en el ámbito del marketing digital supone una mejora muy positiva y sustancial en la formación y empleabilidad de los estudiantes, que esperamos que sea muy bien acogida por los estudiantes y hará mejorar su percepción acerca de la calidad de las enseñanzas recibidas.</p>			

Revisión de recomendaciones en informes internos y externos

IDENTIFICACIÓN	EVOLUCIÓN		
	CONCLUIDA	EN IMPLANTACIÓN	SIN IMPLANTAR
Continuar el esfuerzo por ampliar la oferta de asignaturas optativas específicas del Grado.		X	
JUSTIFICACIÓN DE LA EVOLUCIÓN			
<p>En el curso 2018/19, se mantuvo toda la oferta anterior, y además se impartió por primera vez la asignatura de Marketing en Áreas Específicas, que contó con 14 alumnos matriculados. Con la modificación aprobada del plan de estudios del Grado, se amplía la formación sobre Marketing Digital. La única asignatura que había antes, en el curso 2020/21 pasa a ser obligatoria, pero en ese mismo curso será completada con una nueva asignatura optativa sobre Herramientas de Marketing Digital.</p>			
IMPACTO			
<p>Esperamos que la oferta de asignaturas optativas responda a las necesidades formativas de los estudiantes y contribuya a mejorar su percepción acerca de la calidad de las enseñanzas recibidas.</p>			

Revisión de recomendaciones en informes internos y externos

IDENTIFICACIÓN	EVOLUCIÓN		
	CONCLUIDA	EN IMPLANTACIÓN	SIN IMPLANTAR
Consolidar las actividades de acogida y orientación a los alumnos de nuevo ingreso.		X	
JUSTIFICACIÓN DE LA EVOLUCIÓN			
<p>El Decanato y los Coordinadores de los Comités de Título, junto con personal de la biblioteca y de informática, dieron la bienvenida a los nuevos estudiantes en un acto de acogida a los nuevos estudiantes celebrado el 10-9-2018. Asimismo, la Biblioteca de Económicas, en coordinación con los profesores de primer curso, ha organizado varias sesiones informativas</p>			



sobre los recursos y servicios que ofrece.
IMPACTO
La asistencia al acto de acogida no es todo lo numerosa que cabría esperar, pero sí sirve para ofrecer una primera presentación del funcionamiento básico de la facultad y de sus instalaciones y recursos técnicos y humanos a disposición de los estudiantes. En la encuesta de satisfacción no existen ítems específicos que permitan valorar este tipo de actividades, pero la satisfacción de los estudiantes con los servicios para el proceso formativo, especialmente el de la biblioteca, es buena. A pesar de que se ha este acto se ha consolidado, debe seguir mejorándose para procurar que haya una mayor participación de los estudiantes y un mayor aprovechamiento de las actividades de orientación realizadas.

Revisión de recomendaciones en informes internos y externos			
IDENTIFICACIÓN	EVOLUCIÓN		
	CONCLUIDA	EN IMPLANTACIÓN	SIN IMPLANTAR
Mejorar las campañas de información previa en los institutos y centros de F.P. definiendo con claridad el perfil de ingreso.		X	
JUSTIFICACIÓN DE LA EVOLUCIÓN			
Las actividades de información y orientación en institutos y centros de FP, cada vez más numerosas, se planifican y cuentan con la implicación de los miembros del equipo decanal, los coordinadores de los distintos Grados y numerosos profesores del Centro. El Comité del Título de MIM participó en las II Jornadas Informativas sobre los Grados de la UVa y en la Jornada de Puertas Abiertas de la Facultad. Durante las mismas, se ha tratado de comunicar de manera adecuada el perfil de investigación de mercados de nuestro título, a menudo ignorado por los potenciales estudiantes. Además, este curso se ha organizado el <i>I Encuentro de Docentes en Economía</i> con el objetivo de estrechar la relación con los profesores de los Centros de Educación Secundaria, puesto que son posibles prescriptores de sus estudiantes. En este encuentro también se fomenta la participación en la fase local de la Olimpiada Española de Economía, que organiza y se celebra en nuestra Facultad, y sirve para atraer la atención hacia las titulaciones en el ámbito de la economía y la empresa. No obstante, este tipo de campañas son susceptibles de mejora, por ejemplo, visitando nuevos centros en el área de influencia de la UVa que hasta ahora han sido desatendidos, o tratando de posicionar mejor durante las visitas la oferta académica de nuestra Facultad.			
IMPACTO			
Es imposible evaluar con precisión el impacto real de estas acciones, pero la buena evolución del número de estudiantes preinscritos y matriculados en el Grado y la reducción de la tasa de abandono indican que están dando resultados.			

Revisión de recomendaciones en informes internos y externos			
IDENTIFICACIÓN	EVOLUCIÓN		
	CONCLUIDA	EN IMPLANTACIÓN	SIN IMPLANTAR
Reforzar las actividades de orientación académica y profesional para alumnos de los últimos cursos de Grado.		X	
JUSTIFICACIÓN DE LA EVOLUCIÓN			
Como complemento al resto de actividades organizadas por la Facultad, en este curso se celebraron tanto una charla de orientación académica para los estudiantes de MIM (12-3-2019), en la que se tratan cuestiones de interés para enfocar el último curso de la carrera (prácticas, optativas, TFG...), como la <i>IV Jornada Oriéntate MIM</i> de orientación profesional (2-5-2019), en la que intervienen como ponentes antiguos egresados del Grado en MIM o la antigua licenciatura en ITM. Estas actividades que se repiten cada curso siempre son susceptibles de introducir pequeñas novedades y continuas mejoras que contribuyan a un mayor logro de los objetivos con el que se realizan, que no es otro que el de orientar bien a nuestros estudiantes.			
IMPACTO			
Aunque siempre es mejorable, la asistencia a estas sesiones fue considerable. La charla de orientación académica es útil para esclarecer las dudas a las que se enfrentan los estudiantes en la segunda mitad de la carrera y ayudarles a tomar decisiones. Además, sirve de foro para canalizar sus quejas y sugerencias. En cuanto a la jornada de orientación profesional, resulta muy interesante y motivador para los estudiantes escuchar los testimonios de profesionales que en su momento se formaron en nuestras aulas y en la actualidad tienen una destacada trayectoria.			



Revisión de recomendaciones en informes internos y externos			
IDENTIFICACIÓN	EVOLUCIÓN		
	CONCLUIDA	EN IMPLANTACIÓN	SIN IMPLANTAR
Mejorar y homogeneizar la información relevante del Grado facilitando el acceso a toda aquella que sea relevante tanto a través de la página web de la UVa y de la Facultad como a través de las redes sociales.		X	
JUSTIFICACIÓN DE LA EVOLUCIÓN			
<p>La información recogida en la web de la UVa y de la Facultad incorpora toda la información relevante del Grado. Se presta mucha atención a la publicación en tiempo y forma de las guías docentes, horarios y calendario de exámenes. Las novedades y actividades desarrolladas a lo largo del curso académico se envían directamente a través del correo institucional y las de especial relevancia se anuncian también en Twitter. La información de la web de la UVa (más general) y del Centro (más completa y detallada) cada vez es más homogénea, y sólo hay pequeños desajustes por el desfase temporal en la actualización. No obstante, el diseño de ambas webs es mejorable, para que la información sea más sencilla y fácil de localizar, y también falta por potenciar más su uso y lograr un mayor impacto con la comunicación a través de las redes sociales.</p>			
IMPACTO			
<p>Las mejoras realizadas en los canales de difusión han sido valoradas positivamente por los usuarios. Los alumnos y los profesores se muestran satisfechos con la información facilitada a través de la página web. En este sentido debemos destacar también el esfuerzo que se ha realizado para ampliar y detallar la información detallada que se ofrece sobre todas las cuestiones de TFGs de cara a facilitar el complejo de elección y asignación de temas y tutores. La potenciación de las redes sociales debería contribuir a dar más visibilidad a las actividades que se organizan en la Facultad, lo que indirectamente puede ayudar para atraer nuevos estudiantes y lograr una mayor participación e implicación por parte de los que actualmente cursan el Grado.</p>			

Revisión de recomendaciones en informes internos y externos			
IDENTIFICACIÓN	EVOLUCIÓN		
	CONCLUIDA	EN IMPLANTACIÓN	SIN IMPLANTAR
Mejorar los canales de comunicación para la promoción de las actividades del Grado y la recogida de iniciativas de los estudiantes.		X	
JUSTIFICACIÓN DE LA EVOLUCIÓN			
<p>El Comité de Título mantiene una actitud abierta de comunicación y colaboración con los estudiantes y sus representantes. Se mantienen contactos formales e informales con los representantes de estudiantes y con los coordinadores del resto de grados, de cara a canalizar y resolver con mayor agilidad los posibles problemas detectados. Se han tratado de atender todos los comentarios y sugerencias recibidas, aunque en los problemas de mayor calado el Comité se encuentra limitado para arbitrar las soluciones más adecuadas. En línea con lo comentado en el punto anterior, debe potenciarse el uso de las redes sociales, no solo para mejorar la comunicación y proyección externa, sino también la interna con los estudiantes y profesores de la Facultad.</p>			
IMPACTO			
<p>Los niveles de satisfacción de los estudiantes en los ítems relacionados con la coordinación y los canales de quejas y sugerencias presentan sin duda un gran margen de mejora. Lograr una comunicación bidireccional más fluida con los estudiantes sería muy beneficioso en todos los aspectos.</p>			

Revisión de recomendaciones en informes internos y externos			
IDENTIFICACIÓN	EVOLUCIÓN		
	CONCLUIDA	EN IMPLANTACIÓN	SIN IMPLANTAR
Intensificar la presencia de la Facultad y del Grado en los medios de comunicación.		X	
JUSTIFICACIÓN DE LA EVOLUCIÓN			
<p>La Facultad mantiene convenios de colaboración con entidades como Uniprex S.A.U. Onda Cero Radio, la Asociación de</p>			



Marketing de España o Madison, entre otras, que posibilitan la organización de conferencias, foros, programas de radio en directo u otros eventos, y ayudan a dar visibilidad al Centro y sus Grados. No obstante, hay que seguir fomentando más eventos generales de la Facultad y algunos específicos del Grado que atraigan la atención de los medios de comunicación

IMPACTO

Una mayor presencia en los medios de comunicación sin duda tendrá un impacto positivo de cara a conseguir una mayor visibilidad y proyección de la Facultad y las actividades que se desarrollan, lo que redundará en que haya más estudiantes interesados en nuestros estudios y facilitaría el acercamiento y una colaboración más estrecha con las empresas de nuestro entorno.

Revisión de recomendaciones en informes internos y externos

IDENTIFICACIÓN	EVOLUCIÓN		
	CONCLUIDA	EN IMPLANTACIÓN	SIN IMPLANTAR
Impulsar la calidad y el impacto de los de los TFG y trabajos prácticos que se realizan en las asignaturas.		X	

JUSTIFICACIÓN DE LA EVOLUCIÓN

Los procesos de gestión académica y administrativa y la información suministrada a través de la página web del Centro continúan mejorando. El Reglamento sobre TFG de la Facultad se ha modificado para solventar ciertas complicaciones asociadas al proceso de control y asignación de TFGs y para cumplir con la nueva ley de protección de datos. Como novedad, en el curso 18/19, la Facultad organizó la *I Jornada de Defensa y Reconocimiento de los TFG*. Entre los trabajos presentados, todos ellos sobresalientes (se exigía como requisito para participar tener una calificación superior a 9), hubo un TFG de MIM. Habrá que tratar de impulsar una mayor participación de estudiantes de nuestro Grado.

Una iniciativa más específica para nuestro Título es la convocatoria de los Premios Madison al mejor trabajo de investigación de mercados realizado por estudiantes del Grado en MIM. En la 3ª edición del Premio se presentaron 5 trabajos por parte de equipos de la asignatura de Investigación de Mercados Avanzada en el curso 2017/18. Tres fueron los trabajos finalistas y el equipo ganador se conoció en el acto de entrega del premio realizado en diciembre de 2018. En julio de 2019 se convocó la 4ª edición, que volvió a contar con otros 5 equipos participantes que presentaron sus trabajos de investigación del curso 2018/19. Sería deseable que se presentaran trabajos de otras asignaturas además de la señalada.

IMPACTO

Los contactos con estudiantes, egresados y profesores nos indican la buena acogida de la flexibilización en los periodos de defensa y la celebración de la *I Jornada de defensa y reconocimiento de los mejores TFG*. Ha aumentado el porcentaje de TFG asignados mediante acuerdos entre profesores y estudiantes, superando el 30% en este curso, lo que garantiza la motivación de los alumnos, puesto que trabajan sobre temas que les gustan y con tutores que han elegido. El resto selecciona temas y tutores entre una amplia oferta en la que las áreas de conocimiento tienen una cuota proporcional al peso que sus asignaturas tienen en el plan de estudios. La tasa de éxito continúa siendo del 100%. En el curso 2018/19 tres TFG fueron propuestos para la mención de Matrícula de Honor (en el curso anterior solo había habido una propuesta), otorgándose dos MH. En la Encuesta de Inserción Laboral, los egresados valoran positivamente los aspectos relacionados con la elaboración del TFG.

Respecto a los Premios Madison, se ha logrado la consolidación y en este curso se ha convocado la 4ª edición. Los miembros que representan a la empresa en el jurado resaltan la gran calidad e interés de los trabajos presentados.

Revisión de recomendaciones en informes internos y externos

IDENTIFICACIÓN	EVOLUCIÓN		
	CONCLUIDA	EN IMPLANTACIÓN	SIN IMPLANTAR
Realizar un seguimiento de las Prácticas Externas realizadas por los estudiantes de Grado	X		

JUSTIFICACIÓN DE LA EVOLUCIÓN

Durante el curso 2018/19 se mantiene el amplio número de prácticas externas realizadas por los alumnos del Grado (46 estudiantes hicieron una media de 410 horas de prácticas en 37 entidades de acogida). Las disfunciones de carácter administrativo detectadas se han solventado y el cierre de actas de aquellas prácticas externas que se desarrollan en los meses de verano ya no condiciona la matrícula del resto de asignaturas del siguiente curso académico.



IMPACTO
Los niveles de satisfacción de estudiantes, tutores académicos y tutores de empresa siguen siendo elevados. Su carácter optativo no genera ningún problema, ni para los estudiantes, que tienen garantizado el acceso a prácticas si así lo desean, ni para el desarrollo del Título, pues es un sistema flexible que se acomoda a la diversidad de necesidades y preferencias de los alumnos.

Revisión de recomendaciones en informes internos y externos			
IDENTIFICACIÓN	EVOLUCIÓN		
	CONCLUIDA	EN IMPLANTACIÓN	SIN IMPLANTAR
Analizar el grado de inserción laboral de nuestros egresados.	X		
JUSTIFICACIÓN DE LA EVOLUCIÓN			
La disponibilidad de dos nuevas olas de la Encuesta de Inserción Laboral para la realización del presente autoinforme muestra buenas tasas ocupación y ponen de manifiesto que los egresados de MIM encuentran empleo con rapidez. Aunque todavía se observan indicadores modestos, mejora la satisfacción con el Título. Las perspectivas laborales a las que se enfrentan son aceptables y destaca su interés por continuar formándose. Además de analizar los resultados de estas encuestas, el Coordinador ha tratado de continuar con la labor de su predecesora en el cargo, que se preocupó de ampliar la red de contactos con egresados del Grado.			
IMPACTO			
Los estudios del Grado en MIM consideran que la formación recibida en el Grado, aunque mejorable, ha contribuido positivamente a mejorar su nivel sociolaboral. No obstante, sigue observándose que un considerable porcentaje de egresados trabaja en puestos para los que no se exige título universitario, o si se exige, no se requiere una formación especializada en marketing.			

**Definición de acciones a implementar en el curso 2019/20.**

Propuesta de nuevas acciones de mejora		
IDENTIFICACIÓN		CRITERIOS A LOS QUE AFECTA
Preparación de la implantación de la modificación del plan de estudios que entrará en vigor en el curso 2020/21		1.1, 1.2, 2.1, 3.2 y 4.1
DESCRIPCIÓN		
La modificación del plan de estudios aprobada por la ACSUCYL conlleva la oferta de una nueva asignatura optativa, así como cambios en el curso o cuatrimestre de impartición o en el número de ECTS de algunas asignaturas, lo que afecta a los estudiantes que accedan al curso 2020/21 habiendo superado algunas pero no todas las asignaturas 2º y 3º involucradas en la modificación, que deben ser correctamente asesorados sobre las posibilidades que se les ofrece.		
IMPLANTACIÓN		
CALENDARIO	RESPONSABLES	INDICADORES DE SU CONSECUCCIÓN
2º cuatrimestre	Coordinador del Título Decanato Secretaría Administrativa de la Facultad Profesorado responsable de las asignaturas afectadas	¿Se ha realizado una reunión para informar de las implicaciones de la modificación del plan de estudios? ¿Se han atendido las consultas de los estudiantes acerca de cómo les afectan las modificaciones? ¿Se ha publicado las guías docentes de las asignaturas afectadas por la modificación del plan de estudios?

Propuesta de nuevas acciones de mejora		
IDENTIFICACIÓN		CRITERIOS A LOS QUE AFECTA
Consolidación de la oferta de asignaturas optativas del Grado		1.1, 2.1, 2.3, 3.1, 4.3 y 4.4
DESCRIPCIÓN		
Se debe asegurar que se mantiene una oferta amplia y variada de asignaturas optativas y que la organización de horarios no limita excesivamente las posibilidades de elección de los estudiantes.		
IMPLANTACIÓN		
CALENDARIO	RESPONSABLES	INDICADORES DE SU CONSECUCCIÓN
Antes del correspondiente periodo de matrícula	Departamentos Decanato Comité de Título	¿Se mantiene, se ha incorporado o se ha eliminado alguna asignatura optativa?

Propuesta de nuevas acciones de mejora		
IDENTIFICACIÓN		CRITERIOS A LOS QUE AFECTA
Promoción de actividades formativas complementarias		3.2, 4.1, 4.3, 4.4 y 4.5
DESCRIPCIÓN		
Organización y promoción de talleres, seminarios, conferencias, visitas a empresas u otro tipo de actividades formativas de carácter eminentemente práctico y que son complementarias a las actividades ordinarias de las asignaturas.		
IMPLANTACIÓN		
CALENDARIO	RESPONSABLES	INDICADORES DE SU CONSECUCCIÓN
A lo largo de todo el curso	Decanato Comité de Título Departamentos	¿Qué actividades formativas complementarias se han organizado? ¿Han sido exitosas?



Propuesta de nuevas acciones de mejora		
IDENTIFICACIÓN		CRITERIOS A LOS QUE AFECTA
Mejorar las campañas de información previa en los institutos y centros de F.P. definiendo con claridad el perfil de ingreso		2.1 y 4.4
DESCRIPCIÓN		
Participar activamente en las Jornadas informativas sobre Grados de la UVA y en las visitas a institutos y centros de F.P., e impulsar la Jornada de puertas abiertas de la Facultad.		
IMPLANTACIÓN		
CALENDARIO	RESPONSABLES	INDICADORES DE SU CONSECUCCIÓN
2º cuatrimestre	Decanato Comité de Título Departamentos	Número de visitas realizadas a institutos y centros de F.P. Número de asistentes a la jornada de puertas abiertas Evolución del número de estudiantes preinscritos y matriculados en el Grado

Propuesta de nuevas acciones de mejora		
IDENTIFICACIÓN		CRITERIOS A LOS QUE AFECTA
Consolidar las actividades de acogida y orientación a los alumnos de nuevo ingreso		2.1, 3.2 y 4.4
DESCRIPCIÓN		
Realización de una Jornada de bienvenida para los nuevos alumnos con el objetivo de informarles sobre cuestiones básicas del funcionamiento del Centro y del Grado, y para mostrarles los recursos y servicios con los que cuenta la Facultad y las actividades que pueden desarrollar.		
IMPLANTACIÓN		
CALENDARIO	RESPONSABLES	INDICADORES DE SU CONSECUCCIÓN
Septiembre 2019	Decanato Comisión de Coordinación de Grados PAS	¿Se ha realizado la jornada de acogida? Número de asistentes a la jornada ¿Se ha realizado acciones para dar a conocer recursos y servicios (biblioteca, aulas informáticas...)?

Propuesta de nuevas acciones de mejora		
IDENTIFICACIÓN		CRITERIOS A LOS QUE AFECTA
Reforzar las actividades de orientación académica y profesional para alumnos de los últimos cursos de Grado		3.2, 4.3 y 4.4
DESCRIPCIÓN		
Organización de sesiones de orientación académica y profesional para informar y asesorar a los estudiantes en la planificación de sus estudios y acerca de su futuro profesional.		
IMPLANTACIÓN		
CALENDARIO	RESPONSABLES	INDICADORES DE SU CONSECUCCIÓN
2º cuatrimestre	Decanato Comité del Título	¿Se ha realizado una jornada de orientación académica? ¿Se ha realizado una jornada de orientación profesional? Número de asistentes a las jornadas



Propuesta de nuevas acciones de mejora		
IDENTIFICACIÓN		CRITERIOS A LOS QUE AFECTA
Verificar el correcto desarrollo de los procesos de asignación, defensa y evaluación de los TFG		1.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 4.3, 4.4 y 4.5
DESCRIPCIÓN		
Clarificar y simplificar los procesos administrativos, garantizar una oferta suficiente de temas y tutores acorde a las características del Grado, que el proceso de asignación es transparente y que se cumplen los plazos y procedimientos de solicitud de defensa, evaluación y publicación de las calificaciones de los TFG.		
IMPLANTACIÓN		
CALENDARIO	RESPONSABLES	INDICADORES DE SU CONSECUCIÓN
A lo largo de todo el curso	Decanato Comisión de Coordinación de Grados Comité del Título	¿El proceso de asignación, defensa y evaluación de TFG se ha desarrollado con normalidad y se ha simplificado? ¿Existe correspondencia entre las áreas a las que se asignan los TFG y su peso en el Grado? ¿Cómo evolucionan los indicadores asociados a esta asignatura?

Propuesta de nuevas acciones de mejora		
IDENTIFICACIÓN		CRITERIOS A LOS QUE AFECTA
Mejorar y homogeneizar la información del Grado accesible a través de la página web y otros canales y servicios de información de la UVa y de la Facultad		1.1, 2.1, 2.2, 4.4 y 4.5
DESCRIPCIÓN		
Verificar que la información sobre el Grado sea completa y homogénea en la web de la UVa y de la Facultad, velando especialmente porque los proyectos docentes de las asignaturas estén disponibles con anterioridad al periodo de matrícula y contengan toda la información relevante para los estudiantes.		
IMPLANTACIÓN		
CALENDARIO	RESPONSABLES	INDICADORES DE SU CONSECUCIÓN
Antes del periodo de matrícula y a lo largo de todo el curso	UVa Decanato Comisión de Coordinación de Grados Comité del Título	¿La web incluye toda la información relevante del Grado? ¿Es homogénea la información sobre el Grado disponible en la web de la UVa y de la Facultad? ¿Están los proyectos docentes disponibles en tiempo y forma?

Propuesta de nuevas acciones de mejora		
IDENTIFICACIÓN		CRITERIOS A LOS QUE AFECTA
Mejorar los canales de comunicación para recabar y transmitir información de profesores y estudiantes sobre incidencias y propuestas de mejora del Grado		1.1, 2.2, 2.3 y 4.4
DESCRIPCIÓN		
Impulsar iniciativas para mejorar la comunicación entre profesores y estudiantes, la coordinación docente y el conocimiento de los alumnos sobre las vías de canalización de incidencias y propuestas de mejora del Grado.		
IMPLANTACIÓN		
CALENDARIO	RESPONSABLES	INDICADORES DE SU CONSECUCIÓN
A lo largo de todo el curso	Comité del Título, coordinadores de curso Coordinadores de asignaturas Representantes de estudiantes	¿Se reciben y analizan propuestas, quejas o sugerencias de profesores y estudiantes? Canales de comunicación utilizados ¿Mejoran las valoraciones de la coordinación y los canales de quejas y sugerencias?



Propuesta de nuevas acciones de mejora		
IDENTIFICACIÓN		CRITERIOS A LOS QUE AFECTA
Realizar un seguimiento de las Prácticas Externas de los estudiantes del Grado y de la inserción laboral de los egresados		1.1, 2.2, 2.3, 4.3 y 4.4
DESCRIPCIÓN		
Fomentar que los estudiantes realicen prácticas externas y garantizar que la oferta sea amplia, variada y acorde a las competencias del Grado, y analizar la inserción laboral de los egresados, promoviendo redes de contacto con empresas, antiguos alumnos y otros profesionales del marketing y la investigación de mercados que puedan ser de utilidad a los estudiantes.		
IMPLANTACIÓN		
CALENDARIO	RESPONSABLES	INDICADORES DE SU CONSECUCCIÓN
A lo largo de todo el curso	Servicio de Prácticas de Estudiantes y Gabinete de Estudios UVA Decanato Coordinadores de Prácticas Externas Comité del Título	Evolución del número de estudiantes que realizan prácticas, número de prácticas realizadas y empresas participantes Valoración de las prácticas por parte de los agentes implicados Evolucionan las tasas de inserción laboral y de los perfiles profesionales demandados Amplitud de la red de contactos con empresas, egresados y otros profesionales del marketing y la investigación de mercados

Propuesta de nuevas acciones de mejora		
IDENTIFICACIÓN		CRITERIOS A LOS QUE AFECTA
Impulsar la calidad y el impacto de los TFG y trabajos prácticos que se realizan en las asignaturas		1.1, 2.2, 2.3, 3.1, 3.2, 4.3, 4.4 y 4.5
DESCRIPCIÓN		
Fomentar la calidad y el impacto de los TFG y otros trabajos prácticos realizados en las diversas asignaturas del Grado, promoviendo la difusión de los mejores trabajos.		
IMPLANTACIÓN		
CALENDARIO	RESPONSABLES	INDICADORES DE SU CONSECUCCIÓN
A lo largo de todo el curso	Decanato Comité del Título	¿Existen acciones de difusión y reconocimiento de los mejores TFG? ¿Número de TFG que optan a reconocimiento o propuestas para matrícula de honor? Número de trabajos de investigación de mercados que se presentan al Premio Madison

Propuesta de nuevas acciones de mejora		
IDENTIFICACIÓN		CRITERIOS A LOS QUE AFECTA
Mejorar la proyección exterior de las actividades que se desarrollan en la Facultad y el Grado e intensificar la presencia en los medios de comunicación		3.2, 4.1 y 4.5
DESCRIPCIÓN		
Dar mayor difusión y visibilidad a la Facultad, los Grados que imparte, las actividades que desarrolla y los convenios que tiene suscritos mediante una presencia más activa en los medios de comunicación y potenciando sus redes sociales.		
IMPLANTACIÓN		
CALENDARIO	RESPONSABLES	INDICADORES DE SU CONSECUCCIÓN
A lo largo de todo el curso	Decanato Comité del Título	¿Se han realizado acciones para dar visibilidad al Grado y la Facultad? Canales de comunicación utilizados ¿Ha aumentado la presencia en los medios?