



ESIC Business & Marketing School

INFORME ANUAL DE TITULACIÓN
Grado Oficial en Gestión Comercial y
Marketing (GRCM)
CURSO ACADÉMICO 2014/15
Comisión de Titulación
Campus Valencia

Fecha Aprobación del Informe
por parte de la Comisión de Titulación:
19/02/2016

Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)
Curso Académico 2014/15
ESIC Business & Marketing School

Contenido del informe

1	OBJETIVO DEL INFORME	5
2	PARA LA SOCIEDAD Y EL FUTURO ESTUDIANTE.....	6
2.1	Información previa a la matrícula.....	6
2.2	Características del plan de estudios.....	6
2.3	Justificación del título.....	7
2.4	Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos.....	8
2.5	Atribuciones profesionales del título.....	8
2.6	Competencias que caracterizan el título	8
2.7	Perfil de Ingreso y Egresado	9
2.8	Datos de Matrícula.....	10
2.8.1	Plazas de nuevo ingreso ofertadas	10
2.8.2	Número de alumnos matriculados y bajas	10
3	PARA EL ESTUDIANTE.....	11
3.1	Guías docentes	11
3.2	Planificación temporal del despliegue del plan de estudios	11
3.2.1	Cambios introducidos en el Plan de Estudios (Mejoras implantadas).....	11
3.2.2	Grado de cumplimiento	12
3.3	Información relativa a la extinción del plan antiguo.....	12
3.4	Programas de movilidad	12
3.4.1	Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación	13
3.5	Orientación Profesional de la Titulación	13
3.6	Prácticas Profesionales	14
3.7	Inserción laboral de los egresados.....	15
3.8	Otros	15
3.8.1	Premios a la Excelencia.....	15
3.8.2	Seguimiento muy cercano alumnos 1º y 2º Cursos	16
3.8.3	Seguimiento alumnos extranjeros.....	16
4	PROFESORADO	18
4.1	Categoría del Profesorado.....	18
4.2	Actividad investigadora	18

Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)
Curso Académico 2014/15
ESIC Business & Marketing School

4.3	Calidad del Profesorado	25
4.4	Programas de Movilidad del Profesorado	26
5	OTROS RECURSOS	27
5.1	Recursos físicos	27
5.2	Recursos humanos (PAS).....	27
6	MEMORIA DE ACTIVIDADES.....	28
6.1	Actividades desarrolladas	28
7	GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD EN LA TITULACIÓN	29
7.1	Procedimientos (Mapa de Procesos).....	29
7.2	Políticas/Procedimientos/Manuales.....	29
7.3	Comisión Académica de la Titulación	31
7.4	Reuniones otros equipos.....	34
7.4.1	Tutores.....	34
7.4.2	Delegados.....	35
7.5	Evaluación del Aprendizaje	36
7.5.1	Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento	37
7.5.2	Tasas por Materia (Rendimiento, Presentación y Superación).....	38
7.5.3	Análisis Evaluación del Aprendizaje.....	39
7.5.4	Evaluación de las Competencias del Título.....	40
7.5.5	Evaluación de MECES.....	42
7.5.6	Alumnos Egresados.....	45
7.6	Gestión de sugerencias y reclamaciones	46
7.6.1	Reconocimientos por Área/Titulación (Quejas, Felicidades o Sugerencias).....	46
7.6.2	Acciones para la mejora de la calidad educativa	47
7.6.3	Seguimiento de las acciones derivadas de las sugerencias y reclamaciones	47
7.7	Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés	48
7.7.1	Satisfacción de los Alumnos	48
7.7.2	Satisfacción de Egresados	49
7.7.3	Satisfacción de Personal Docente.....	49
7.7.4	Satisfacción de Personal No Docente.....	50
7.7.5	Satisfacción Agentes Externos	53
7.7.6	Satisfacción Prácticas Profesionales.....	53
7.7.7	Satisfacción Programas de Movilidad:.....	53

8 RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN

Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)
Curso Académico 2014/15
ESIC Business & Marketing School

EXTERNA (PRIVADAS Y OFICIALES). GRADO DE IMPLANTACIÓN.	55
9 PROPUESTAS DE MEJORA	57
9.1 Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2014/15.....	57
9.2 Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2015/16.....	58
10 CUADRO DE INDICADORES.....	60
ANEXOS	61
ANEXO 1: Satisfacción de los alumnos:	61
ANEXO 2: Satisfacción de Egresados.....	66
ANEXO 3: Cuestionario sobre el proceso de evaluación de Docencia 2015.	67
ANEXO 4: Satisfacción del PDI sobre la Titulación.....	71
ANEXO 5: Satisfacción del PDI sobre la Infraestructuras e Instalaciones.....	72
ANEXO 6: Satisfacción del PAS sobre la Titulación.	73
ANEXO 7: Satisfacción del PAS sobre la Infraestructuras, Instalaciones y Clima Laboral.	74
ANEXO 8: Satisfacción de Prácticas Profesionales.....	76
ANEXO 9: Satisfacción programas de movilidad	79

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

1 OBJETIVO DEL INFORME

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

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

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

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

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

http://www.aneca.es/var/media/168582/pa_modelo_061213.pdf

La página web que incluye la información referida al Grado en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) puede consultarse en: <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/>

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

2 PARA LA SOCIEDAD Y EL FUTURO ESTUDIANTE

2.1 Información previa a la matrícula

El acceso a las enseñanzas oficiales de Grado requerirá estar en posesión del título de bachiller o equivalente y la superación de la prueba a que se refiere el artículo 42 de la Ley Orgánica 6/2001, de Universidades, modificada por la Ley 4/2007, de 12 abril, sin perjuicio de los demás mecanismos de acceso previstos por la normativa vigente.

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=sec31>

Vía de acceso al Primer Curso

	2013/14	2014/2015	Variación
Bachillerato/Selectividad/PAU	96,4%	79,3%	-17,7%
Poseer alguno de los Títulos que habilitan para el acceso a la Universidad	3,6%	20,7%	475,0%
TOTAL	100%	100%	-

Fuente Secretaría Valencia ESIC

Nota media de acceso (PAU)

	2013/14	2014/15	Variación
Nota de corte PAU	6,23	6,47	3,9%

Fuente Secretaría Valencia ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Aunque las vías de acceso más comunes para el alumno de este título es la del estudiante que acaba de finalizar sus estudios de bachiller y ha aprobado la selectividad/PAU, en el curso 2014-2015 se observa un notable incremento de alumnado que accede con otras titulaciones que habilitan el acceso a la universidad (20,7%). Paralelamente se observa que la nota de corte presenta una tasa de variación del 3,9% respecto al curso 2013/14.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede.

2.2 Características del plan de estudios

El plan de estudios de la presente titulación puede consultarse en: <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=sec14>

A continuación se desglosa el número de matriculados desde el curso 2013/14.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Número de matriculados según Plan de Estudios por curso

	Curso	2013/14	2014/15	Variación
Grado Oficial en Gestión Comercial (GRCM)	1º	28	29	3,6%
	2º	22	23	4,6%
	3º		22	-
	4º			
TOTAL GRCM		50	74	48,0%

Fuente Secretaria Valencia ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

En el curso 2014/15 el número de alumnos de nuevo ingreso se incrementa ligeramente (3,6%) respecto al curso anterior. El incremento total de la titulación está motivado por la implantación progresiva del título que concluirá el curso próximo

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede.

2.3 Justificación del título

La justificación del título responde a las demanda del mismo, como respuesta a las necesidades sociales y del sistema económico-empresarial. La necesidad de este grado se ha plasmado en una demanda real y creciente de alumnos desde la implantación de los estudios en empresa en 1953.

La Conselleria de Cultura y Educación de la Generalitat Valenciana autorizó la puesta en funcionamiento en ESIC-Valencia de las enseñanzas, por Orden de 23 de octubre de 2000 publicado en el DOGV de 22 de noviembre (http://www.docv.gva.es/datos/2000/11/22/pdf/2000_M9085.pdf).

Relación Oferta-Demanda de la Titulación

	2013/14	2014/15	Variación
Plazas Ofertadas (A)	50	50	0%
Plazas Demandadas (B)	33	30	-9,1%
Ratio: Relación B/A	66%	60%	-

Fuente Secretaria Valencia ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

En el curso 2014-2015 la relación entre plazas ofertadas y demandadas se sitúa en el 60%. Cuando se comparan los datos con los obtenidos en el curso anterior, se observa un decremento en la demanda del 9,1%.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador

Mejora: continuar con la labor comercial para atraer un mayor número de alumnos a estos estudios.

Causa: tanto la situación económica como la disminución de empresas de este sector en la Comunidad, lo que hace que el alumnado vea estos estudios de una manera menos atractiva.

Acciones a Desarrollar: Centrar la labor comercial del Grado en Marketing de una manera más directa en el origen de los alumnos, esto es en el reconocimiento de estos estudios en los centros de origen (Colegios e Institutos), así como fomentar una política de becas.

Responsables: Departamento Comercial, Dirección de Grado y Vicedecano de Grado.

Tiempo Realización: 2014/15

Código: 2015.MEMORIA.GRCM.001

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

2.4 Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos

Los alumnos del Grado en Gestión Comercial y Marketing que deseen convalidar o adaptar asignaturas cursadas en otros centros de carácter oficial, deberán cumplir los requisitos que la Universidad exige para dichas convalidaciones o adaptaciones y solicitarlas en la Secretaría de la Escuela en los plazos que se marquen. La normativa oficial de reconocimiento y transferencias de créditos de la UMH se puede consultar desde este enlace:

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=sec15>

	2013/14	2014/15	Variación
Nº Alumnos que solicitan Transferencia de Créditos	7	8	14,3%
Nº Créditos que solicitan para Transferencia de Créditos (total)	180	258	43,3%
Nº Reconocimientos de créditos (unidades totales de créditos reconocidos)	180	258	43,3%
Nº Reclamaciones a Solicitudes de Convalidación no reconocidas	0	0	0%
Nº Reclamaciones aceptadas a Solicitudes de Convalidación no reconocidas	0	0	0%

Fuente Secretaría Valencia ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Un total de 8 alumnos solicitan para el curso 2014/15 transferencia de créditos. Concretamente se solicitan y se reconoce 258 créditos lo que supone un incremento del 43 % respecto del curso anterior.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede.

2.5 Atribuciones profesionales del título

No procede para el Título.

2.6 Competencias que caracterizan el título

Las competencias que para el Título vienen identificadas en el Plan de estudios de esta titulación y cada materia se ajustan a la consecución de los conocimientos necesarios para su adquisición.

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=sec12>

Análisis de Datos y Conclusiones:

Desde ESIC se cumplen las condiciones referentes a la visualización de las competencias en la página web de la titulación y es entregada a cada uno de los alumnos cada año a través de las guías docentes de las materias. Desde este curso se incluyen en las guías docentes los resultados de aprendizaje como herramienta para la adquisición de las competencias según materias.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

2.7 Perfil de Ingreso y Egresado

ESIC, como centro adscrito a la Universidad Miguel Hernández se rige por la normativa vigente que aparece recogida en la página web:

<http://estudios.umh.es/presentacion/normativas/acceso/>

Los alumnos que deseen cursar el Grado en Gestión Comercial y Marketing tienen la información sobre los requisitos de acceso en el siguiente enlace: <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=sec21>

Para formalizar la preinscripción y admisión, puede visitarse el enlace <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=sec22>

Para conocer los perfiles de ingreso recomendados para el Grado en Gestión Comercial y Marketing, puede consultarse el enlace: <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=sec31>

A continuación se detallan los datos generales de los perfiles de ingreso para el Título.

Perfil de ingreso

	2013/14	2014/15	Variación
Alumnos de nuevo ingreso: Mujeres	28,6%	55,2%	93,0%
Alumnos de nuevo ingreso: Hombres	71,4%	44,8%	-37,3%
Alumnos de nuevo ingreso de fuera de la Comunidad Valenciana	14,3%	6,9%	-51,7%
Alumnos de nuevo ingreso: Extranjeros	7,1%	3,4%	-52,1%
Alumnos de nuevo ingreso matriculados a tiempo completo	100%	100%	-

Fuente Secretaría Valencia ESIC

Información egresados

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

Para más información sobre las áreas donde terminan trabajando nuestros alumnos: <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=sec32>

Análisis de Datos y Conclusiones:

Cuando comparamos los datos de los dos cursos analizados se observan cambios en la distribución de los datos. Concretamente se observa un notable incremento de mujeres respecto al año anterior existe un menor porcentaje de hombres respecto al curso anterior. Adicionalmente, es necesario señalar que se produce una disminución en los colectivos de alumnos de fuera de la Comunidad Valenciana y alumnos extranjeros.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

2.8 Datos de Matrícula

Una vez admitido en el Grado, el alumno formaliza su matrícula en la Secretaría del Área de Grado de ESIC, como se indica en: <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=sec23>

2.8.1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas

Desde ESIC Valencia se ha mantenido el número de plazas ofertadas en el año 2014/15 respecto al anterior, como marca la memoria verificada. En el año 2014/15 las matriculaciones de nuevo ingreso alcanzaron el 58% de la oferta. Este dato supone un incremento de este tipo de matriculaciones del 3,6% cuando comparamos con los datos del curso 2013-2014.

Plazas de nuevo ingreso ofertadas

	2013/14	2014/15	Variación
Número de plazas de Nuevo Ingreso ofertadas	50	50	0%
Número de matriculaciones de Nuevo Ingreso	28	29	3,6%
Tasa de Cobertura: %Matriculados/plazas ofertadas	56%	58%	-

Fuente Secretaría Valencia ESIC

2.8.2 Número de alumnos matriculados y bajas

Número de alumnos matriculados

	2013/14	2014/15	Variación
Alumnos de Nuevo Ingreso en Primer Curso	28	29	3,6%
Alumnos de Nuevo Ingreso en Otros Cursos	0	0	0,0%
Total Nuevos Matriculados	28	29	3,6%
Abandonos* (Total de todos los cursos)	NA	2	-

Fuente Secretaría Valencia ESIC

* Desde el informe de este año se calculan los abandonos con el mismo criterio que en la tasa de abandono para facilitar la comprensión del dato.

Análisis de Datos y Conclusiones:

En el curso 2014/15 se produce una variación del 3,6% en el indicador de alumnos de nuevo ingreso en el primer curso de la titulación. Señalar también que en el curso 2014/15 se cuentan 2 abandonos.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador

Mejora: continuar con la labor comercial para atraer un mayor número de alumnos a estos estudios.

Causa: tanto la situación económica como la disminución de empresas de este sector en la Comunidad, lo que hace que el alumnado vea estos estudios de una manera menos atractiva.

Acciones a Desarrollar: Centrar la labor comercial del Grado en Marketing de una manera más directa en el origen de los alumnos, esto es en el reconocimiento de estos estudios en los centros de origen (Colegios e Institutos), así como fomentar una política de becas.

Responsables: Departamento Comercial, Dirección de Grado y Vicedecano de Grado.

Tiempo Realización: 2014/15

Código: 2015.MEMORIA.GRCM.001

3 PARA EL ESTUDIANTE

3.1 Guías docentes

La guía docente como instrumento oficial de comunicación entre profesores y alumnos contiene información general de la asignatura y refleja las competencias especificadas de cada una. Existe una única guía por asignatura y titulación, independientemente del número de profesores que la imparten.

Se puede acceder a las guías docentes de las materias en el enlace:

<http://www.esic.edu/buscador-guias-docentes/?ldP=123>

Para el curso 2014-2015 se actualizaron las guías docentes con el nuevo formato de guía docente Ed.4 que incorpora los resultados de aprendizaje por materia, el horario de tutorías de los profesores así como si éstos están en posesión del título de Doctor.

Análisis de Datos y Conclusiones:

El 100% de las guías docentes están publicadas en la página web de la Universidad y son visibles a cualquier persona que quisiese acceder a ellas. Dichas guías cumplen la normativa fijada.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador

Mejora: Implantación de un nuevo formato de guía docente (Ed.5) para el curso 2015/16

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

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

Responsables: Dirección de Grado y Vicedecano de Grado.

Tiempo Realización: 2015/16

Código: 2015.MEMORIA.GRCM.002

3.2 Planificación temporal del despliegue del plan de estudios

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

No se han introducido cambios en este Plan de Estudios.

Mejoras implantadas en el curso académico:

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

A continuación se listan las mejoras identificadas en los bloques de procesos de la Cadena de Valor del Área de Grado, y que han aplicado a los títulos. Dichas mejoras fueron identificadas a través del proceso de auditoría interna del área de Grado en Valencia.

	NC	OBS
Mejoras Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado (PR.2)	1	3
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Formativo y Complementario (PR.3)	2	3
Mejoras Procesos de Apoyo-Prestación del servicio (PR.4)	0	1
Total Mejoras Curso Académico	3	7

Fuente Unidad de Calidad ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Las mejoras implantadas en las diferentes áreas redundarán en una mejora de la percepción de la calidad para los distintos grupos de interés.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede

3.2.2 Grado de cumplimiento

A continuación se relaciona los resultados obtenidos cuando se llevó a cabo el seguimiento de las acciones de mejora implantadas.

- En relación a las guías docentes se había informado a todos los profesores de la titulación que con la intención de aumentar la claridad de la información incluida se proceda a eliminar aquellas actividades formativas que no aplican a la materia y por tanto reflejan 0 horas de dedicación.
- Se había comunicado a los directores y coordinadores de departamento la necesidad de hacer llegar a los interlocutores oportunos las actas de las reuniones que se llevan a cabo, al objeto de evidenciar la coordinación vertical y horizontal.
- Se modificaron algunos aspectos del proceso de admisión para que quede adaptado completamente a las indicaciones que figuran en la memoria del título.
- Se incluyó, en la página web, una aplicación para el acceso y consulta de las guía docentes de cursos anteriores (<http://www.esic.edu/buscador-guias-docentes/?IdP=123>).

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede.

3.3 Información relativa a la extinción del plan antiguo

No procede ya que no había alumnos matriculados de la titulación a extinguir en el centro.

Análisis de Datos y Conclusiones:

No hay alumnos matriculados en el plan a extinguir.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

3.4 Programas de movilidad

Los programas de movilidad de la universidad tienen como objetivo el desarrollo de acciones encaminadas a la proyección internacional de la universidad, la movilidad, formación y el apoyo en idiomas a los estudiantes. Las becas ERASMUS ofrecen intercambios con países de la UE.

Asimismo se ofrecen otro tipo de becas para los alumnos de cualquier titulación: MUNDE, FARO y ARGO, en las que se pueden realizar tanto prácticas en el extranjero, como cursar estudios en gran variedad de países.

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=sec41>

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

3.4.1 Ratios de alumnos en movilidad por Convenios en la Titulación

	2013/14	2014-15	variación
Alumnos en movilidad por Convenio ERASMUS			
Alumnos ESIC de ERASMUS	0	3	-
Alumnos ERASMUS en ESIC	7	19	171,4%
Alumnos en movilidad por Convenio MUNDE			
Alumnos ESIC en MUNDE	0	0	0%
Alumnos MUNDE en ESIC	0	0	0%
Alumnos en movilidad por Otros Convenios ESIC			
Alumnos ESIC en Otros Convenios	0	0	0%
Alumnos Otros Convenios en ESIC	0	2	-
Total Alumnos ESIC en movilidad	0	3	-
Total Alumnos de Movilidad en ESIC	7	21	200,0%
Total de Convenios Internacionales de ESIC con otras Universidades	7	14	100,0%

Fuente Oficina Internacional ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se observa un incremento notable en el número de alumnos ERASMUS que se reciben en la titulación. En esta misma línea también es necesario destacar que los convenios internacionales con otras universidades se han duplicado, pasando de 7 a 14.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede.

3.5 Orientación Profesional de la Titulación

Las valoraciones que se recogen sobre la **satisfacción de alumnos 2014/15 respecto a cuestiones de orientación profesional**, son las que se muestran a continuación:

A Encuesta realizada a estudiantes de 2º curso:

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

Fuente Unidad de Calidad ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

En relación con la encuesta realizada en 2º curso se observa que todos los ítems han tenido una disminución significativa. De hecho uno de los ítems ("Despertar inquietudes emprendedoras") disminuye hasta valores inferiores a 6,5 con lo que sería conveniente reforzar tanto con las asignaturas relacionadas con su área de conocimiento (Dirección de Empresas) como de forma transversal en el

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

conjunto de materias.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador

Mejora: Aumentar el número de actividades extraacadémicas directamente relacionadas con la empresa para el curso 2015/16

Causa: Falta de visibilidad de la practicidad real de los contenidos de los primeros cursos.

Acciones a Desarrollar: Aumentar las visitas programadas a empresas e instituciones, así como las charlas y conferencias de profesionales dentro del contenido del itinerario formativo

Responsables: Dirección de Grado y Coordinación del departamento de Dirección de Empresas.

Tiempo Realización: 2014/15

Código: 2015.MEMORIA.GRCM.003

B Encuesta realizada a estudiantes de 4º curso:

Análisis de Datos y Conclusiones:

Dado que el título aún no ha llegado a 4º curso no procede el análisis de estos datos.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede

3.6 Prácticas Profesionales

ESIC cuenta en su campus de Valencia con un Departamento de Prácticas Profesionales, que gestionan las prácticas de los alumnos. En la actualidad existen convenios de prácticas en vigor con 774 empresas que se pueden consultar en el siguiente enlace: <http://www.esic.edu/grado/practicas-empresas/>

En cuanto a las prácticas correspondientes a la titulación, pueden encontrarse en:

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=sec51>

	2014/15
Nº Alumnos en prácticas No Curriculares durante el curso académico	7
Nº Alumnos en prácticas Curriculares durante el curso académico	2
Total Alumnos en Prácticas	9

Fuente Dpto. de Prácticas ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Durante el curso 2014-2015, 9 alumnos del grado analizado realizaron tanto prácticas No Curriculares (7) como Curriculares (2).

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede.

3.7 Inserción laboral de los egresados

El análisis de la inserción laboral de los egresados de la titulación se realiza en distintas vías. Por un lado a través del **Dpto. de Carreras Profesionales del Campus** desde donde se hace un seguimiento continuado de ofertas y demandas de puestos de trabajo de egresados de la titulación. Por otro lado se realiza una **Encuesta de Inserción laboral a los egresados**, donde se valora no solo la trayectoria profesional del egresado antes, durante y después de la finalización del Título sino también el nivel de importancia y aplicabilidad de la formación recibida en el Título (Política de Inserción Laboral de ESIC).

Además, el Dpto. de Carreras Profesionales de ESIC realiza un seguimiento de los nombramientos que se van produciendo por los egresados de las titulaciones de ESIC.

Todos los resultados de las vías de análisis de la inserción laboral son analizados y seguidos por la Comisión de Titulación.

La información pública sobre el Dpto. de Carreras profesionales se encuentra en: <http://www.esic.edu/grado/bolsa-trabajo/>

Los nombramientos alcanzados se publican en la **Revista Alumni de ESIC**, a continuación se listan las publicaciones de la revista durante el 2014/15:

2014

Número 29. <http://esic.edu/actualidad/esic-alumni-no-29-valor-humano/>

Número 30. <http://esic.edu/actualidad/esic-alumni-no-30-emprendedores/>

Número 31. <http://esic.edu/actualidad/esic-alumni-no-31/>

Número 32. <http://esic.edu/actualidad/esic-alumni-no-32-internacionalizacion-ii/>

2015

Número 33. <http://esic.edu/actualidad/esic-alumni-33-digital-business/>

Número 34. <http://esic.edu/actualidad/esic-alumni-no-34-innovacion/>

Número 35. <http://esic.edu/actualidad/esic-alumni-no35-emprendimiento/>

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

3.8 Otros

Desde ESIC se pone a disposición del alumno algunas becas y ayudas para facilitar su formación académica.

<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=sec24>

3.8.1 Premios a la Excelencia

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

Desde el curso 2012/13, existen los Premios Excelencia que incluyen tres modalidades distintas.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

En el curso 2014/15 los premios correspondieron en sus tres versiones a:

PREMIO A LA EXCELENCIA ACADÉMICA: D. Guillermo Cocolí Agustina

PREMIO EXTRAORDINARIO FIN DE CARRERA AL MEJOR EXPEDIENTE ACADÉMICO: N.A.

MIEMBROS DEL CUADRO DE HONOR ACADÉMICO:

Primer Curso: Claudia Cardona Amorós

Segundo Curso: Iván Renovell Lahuerta

Tercer Curso: Laura Andreu Sanrosendo

Cuarto Curso: N.A.

Propuestas de Mejora al Indicador: no procede

3.8.2 Seguimiento muy cercano alumnos 1º y 2º Cursos

Durante el curso 2014/15 se implementó el “Plan de Acción Tutorial” (<http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=sec73>) realizando las siguientes acciones:

Tutorías de Acogida: el tutor asignado al grupo de alumnos de nuevo ingreso programó una serie de tutorías de acogida al objeto de facilitar la integración de este colectivo y ofrecer su ayuda en el momento en que el estudiante así lo requiera.

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

También es necesario señalar que para el curso 2014/2015, se elaboró y distribuyó el “Manual de Acogida del Alumnado”

Tutorías de seguimiento de asistencia: tanto para los alumnos de 1º como de 2º curso, se realizan tutorías de seguimiento de faltas de asistencia al objeto de detectar problemas y sensibilizar de la importancia de seguir regularmente el desarrollo de las asignaturas.

Tutorías de seguimiento de rendimiento (resultados académicos): tanto los tutores como la dirección académica participan de manera activa en el seguimiento de los resultados alcanzados por los alumnos. En este sentido, se realizan tutorías para identificar problemas y facilitar, en la medida de lo posible, la mejora de los resultados.

Adicionalmente, se programaron y se desarrollaron, antes del inicio del curso académico, los “Cursos de Prerrequisitos” de Matemáticas y Contabilidad con la intención de reforzar la base de contenidos de este tipo de materias. <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=sec72>.

3.8.3 Seguimiento alumnos extranjeros

Específicamente se programan tutorías sobre el colectivo de estudiantes del programa Erasmus para dar a conocer el funcionamiento general del centro y procurar que su estancia en el mismo empiece de manera óptima.

El responsable de relaciones internacionales mantiene entrevistas individuales con cada uno de estos alumnos al objeto de ayudar en la confección de horarios y entregar el manual de acogida. En este caso también se utiliza la figura del “Alumno-Mentor” como elemento facilitador para la integración.

Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)
Curso Académico 2014/15
ESIC Business & Marketing School

El proceso de acogida a este colectivo finaliza con una comida de bienvenida con la dirección del centro.

4 PROFESORADO

Puede visualizarse el claustro de profesores en el siguiente enlace: <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=sec16>

4.1 Categoría del Profesorado

Con la plantilla de profesorado de ESIC se puede cubrir la carga docente de los cursos de este título, y el número de horas que requieren presencia y/o participación de profesores para la correcta realización de las actividades formativas previstas. Los datos pertenecientes al profesorado en el Título son:

Perfil Profesorado

	2013/14	2014/15	Variación
Total Profesores de la Titulación	17	25	47,1%
Licenciados/Ingenieros	17	25	47,1%
Doctores	12	15	50,0%
Doctores Acreditados	2	3	50,0%
Tasa % Doctores Acreditados	20,0%	20,0%	

Fuente Dirección Académica de Grado ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

En el último año se ha contado con 25 profesores para esta titulación. Todos ellos son licenciados o ingenieros, de los cuales el 60% son doctores. Hemos incrementado el número de doctores que están acreditados y otros siguen en proceso. En la medida de lo posible en futuras contrataciones por movilidad del profesorado se tratará de contratar personal acreditado sin contratos de exclusividad.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador

Mejora: Aumentar el PDI Acreditados en los próximos cursos.

Causa: Ha existido dificultades en la contratación el Personal PDI Acreditados.

Acciones a Desarrollar: Contratación de Personal PDI

Responsables: Vicedecano de Grado y Director Académico de Grado Valencia.

Tiempo Realización: 2014/15 y 2015/16

Código: 2014.MEMORIA.GRCM.004. Continúa vigente desde el año anterior.

4.2 Actividad investigadora

La labor del departamento de Investigación en ESIC es facilitar y apoyar a los profesores en su actividad investigadora. El objetivo de mejorar individual e institucionalmente, tanto en los resultados propios de la investigación como en los procesos docentes está dando buenos resultados.

Entre las acciones para el fomento de la investigación se encuentran: la realización de tesis doctorales tanto por parte de profesores como de alumnos y la posterior presentación de ponencias en congresos y publicación de artículos extraídas de las mismas y la dirección de tesis por parte de profesores doctores de ESIC.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Además se incentiva la creación de equipos de investigación con publicaciones periódicas en revistas de impacto nacional e internacional y la publicación de libros de investigación aplicada. Por otro lado, también se motiva al claustro docente-investigador a formar parte de equipos revisores de revistas posicionadas, así como de comités científicos y organizadores de congresos.

Se puede ver mayor detalle de la investigación del año 2014/15 en la Memoria de Investigación en: http://www.esic.edu/pdf/memoria_de_investigacion_esic_2014_2015.pdf

Durante el año académico 2014/15 el claustro de profesores del Grado en Gestión Comercial y Marketing de ESIC ha participado en:

D. Javier Casanoves Boix

Tesis doctorales:
1) Doctorando en Comunicación por la Universidad CEU Cardenal Herrera: Realizando la Tesis Doctoral, habiendo escogido la línea de investigación "Nuevas Tecnologías en Marketing". Co-dirigida por la Dra. María José González Solaz y el Dr. José Martínez Sáez.
2) Doctorando en Marketing por la Universidad de Valencia: Realizando la Suficiencia Investigadora, habiendo escogido la línea de investigación "Valor de Marca". Dirigida por la Dra. Inés Küster.
Participación en Congresos, Seminarios y Jornadas científicas (Comunicaciones y ponencias):
1) Nuevos modelos de e-business en el sector turístico: análisis del caso Vueling Airlines, II Simposio Internacional IMAT2015.
2) Capital de marca en educación superior: el cliente interno público versus privado, XXVII Congreso de Marketing AEMARK2015.
3) Implicaciones profesionales del capital de marca en la educación superior, Boletín empresarial AEMARK2015.
4) Fundamentos de Branding y marca personal, Asociación Unió d'Estudiants Valencians en la Universidad de Valencia.
Otras actividades de investigación (Actividades de formación):
1) Curso transversal del doctorado en Marketing: Refworks 2.0 para la gestión de bibliografía en humanidades y ciencias sociales.
2) Curso transversal del doctorado: Citas e impacto: evaluación de la actividad investigadora en humanidades y ciencias sociales.

Dra. María Guijarro García

Publicaciones de artículos en revistas de relevancia científica:
1) El valor percibido de los clientes de las agencias de viajes con canal múltiple: un análisis cluster. Papers de Turisme, no. 56, pp. 61-80.
2) Using online consumer loyalty to gain competitive advantage in travel agencies. Journal of Business Research, DOI information: 10.1016/j.jbusres.2015.02.009.
Membrecías en consejos de redacción:
1) Tesis Doctoral de Enoturismo, doctorando M ^a Dolores Cortina, Director Francisco Mas y codirectora María Guijarro

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

2) Tesis Doctoral de Redes Sociales y Desempeño Organizativo, doctorando Hugo de Juan, Director Daniel Palacios y codirectora María Guijarro.
3) Tesis Doctoral de Crowdsourcing y Desempeño Organizativo, doctorando Javier Guardiola, Director Daniel Palacios y codirectora María Guijarro.
Proyectos de investigación:
1) Marketing integrado en las ONG'S de bajo presupuesto.
2) Marketing Turístico.
3) Proyectos de I+D "EXCELENCIA" y Proyectos de I+D+I "Retos investigación". Dirección General de Investigación Científica y Técnica Subdirección General de Proyectos de Investigación. Estudio y clasificación de las terapias naturales, complementarias y alternativas a través de los medios de comunicación y de las redes sociales. Ideas y valores de transferencia al imaginario social. Investigadora Principal: Carolina Moreno. Integrantes: Yolanda Cabrera, Ramón Camaño, Mavi Corell, María Guijarro, Emilia Lopera, Myriam Martí, Vanessa Roger.
Proyectos del departamento de investigación de ESIC:
1) Proyecto Ref. 01/12-V. Marketing integrado en las ONG
2) Proyecto Ref. 02/12-V. Marketing turístico.
Participación en Congresos, Seminarios y Jornadas científicas (Comunicaciones y ponencias):
1) Martí-Sánchez, Myriam; Carrilero-Castillo, Agustín; Roger-Monzó, Vanessa y Guijarro-García, María. I Simposio Internacional de Innovación en Marketing Turístico IMAT 2014 - Valencia (España). Paper: Las agencias de viaje y los e-clientes: una relación posible.
2) Martí-Sánchez, Myriam; Roger Monzó, Vanessa; Guijarro-García, María y Naturil-Alonso, Antonio. XXVI Congreso Nacional de Marketing AEMARK – Elche (España), septiembre 2014. Paper: La calidad del servicio online y de su recuperación a través de dispositivos fijos y móviles: una comparación entre los jóvenes españoles y portugueses.
3) Roger-Monzó, Vanessa; Martí-Sánchez, Myriam y Guijarro-García, María. EduRe'15 VIRTUAL CONFERENCE - Valencia (España), marzo 2015. Paper: <i>Digital Signage: An Experience of Innovation in Higher Education</i> .
4) Roger-Monzó, Vanessa; Martí-Sánchez, Myriam y Guijarro-García, María. Global Innovation and Knowledge Academy GIKA – Valencia (España), julio 2014. Paper: <i>Online consumer loyalty in the quality of the tourism offer 2.0.</i>
Actividades de coordinación, gestión y revisión:
Roger Monzó, V.; Guijarro-García, M. XVIII Congreso AECIT Turismo: Liderazgo, Innovación y Emprendimiento – Benidorm (España), noviembre (2014) Coordinación del Grupo de Trabajo "Turismo inducido por el Cine".
Premios:
Premio al Mejor Trabajo de Investigación en GIKA Annual Conference 2014 - Valencia (España).

Dra. Myriam Martí Sánchez

Publicaciones de artículos en revistas de relevancia científica:
1) El valor percibido de los clientes de las agencias de viajes con canal múltiple: un análisis cluster. Papers de Turisme, no. 56, pp. 61-80.
2) Using online consumer loyalty to gain competitive advantage in travel agencies. Journal of Business Research, DOI information: 10.1016/j.jbusres.2015.02.009.
Publicaciones editoriales:

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Cómo afrontar la búsqueda de empleo. ESIC Editorial, Pendiente de publicación.
Proyectos de investigación:
1) Marketing integrado en las ONG'S de bajo presupuesto.
2) Marketing Turístico.
3) Proyectos de I+D "EXCELENCIA" y Proyectos de I+D+I "Retos investigación". Dirección General de Investigación Científica y Técnica Subdirección General de Proyectos de Investigación. Estudio y clasificación de las terapias naturales, complementarias y alternativas a través de los medios de comunicación y de las redes sociales. Ideas y valores de transferencia al imaginario social. Investigadora Principal: Carolina Moreno. Integrantes: Yolanda Cabrera, Ramón Camaño, Mavi Corell María Guijarro, Emilia Lopera, Myriam Martí, Vanessa Roger.
Proyectos del departamento de investigación de ESIC:
1) Proyecto Ref. 01/12-V. Marketing integrado en las ONG
2) Proyecto Ref. 02/12-V. Marketing turístico.
Participación en Congresos, Seminarios y Jornadas científicas (Comunicaciones y ponencias):
1) Martí-Sánchez, Myriam; Carrilero-Castillo, Agustín; Roger-Monzó, Vanessa y Guijarro-García, María. I Simposio Internacional de Innovación en Marketing Turístico IMAT 2014 - Valencia (España). Paper: Las agencias de viaje y los e-clientes: una relación posible.
2) Martí-Sánchez, Myriam; Roger Monzó, Vanessa; Guijarro-García, María y Naturil-Alonso, Antonio. XXVI Congreso Nacional de Marketing AEMARK – Elche (España), septiembre 2014. Paper: La calidad del servicio online y de su recuperación a través de dispositivos fijos y móviles: una comparación entre los jóvenes españoles y portugueses.
3) Roger-Monzó, Vanessa; Martí-Sánchez, Myriam y Guijarro-García, María. EduRe'15 VIRTUAL CONFERENCE - Valencia (España), marzo 2015. Paper: <i>Digital Signage: An Experience of Innovation in Higher Education</i> .
4) Roger-Monzó, Vanessa; Martí-Sánchez, Myriam y Guijarro-García, María. Global Innovation and Knowledge Academy GIKA – Valencia (España), julio 2014. Paper: Online consumer loyalty in the quality of the tourism offer 2.0.
Premios:
Premio al Mejor Trabajo de Investigación en GIKA Annual Conference 2014 - Valencia (España).

Dr. Marcos Pascual Soler

Publicaciones de artículos en revistas de relevancia científica:
1) Etiology of homosexuality and attitudes toward same-sex parenting: Results from a randomized study. <i>Journal of Sex Research</i> , 52(2), 151-161
2) Interpretation of the p value: a national survey study in academic psychologists from Spain. <i>Psicothema</i> , 27(3). doi: 10.7334/psicothema2014.283
Publicaciones editoriales:
1) Frías-Navarro, D., Monterde-i-Bort, H., Pascual-Soler, M., Badenes-Ribera, L., & Pascual-Mengual, J. (2014). Open Course Ware (OCW) en las universidades españolas. Valencia: Palmero Ediciones
2) Frías-Navarro, D., Pascual-Soler, M., Badenes-Ribera, L., & Monterde-i-Bort, H. (2014). Reforma estadística en Psicología. Palmero Ediciones
Participación en Congresos, Seminarios y Jornadas científicas (Comunicaciones y ponencias):

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

- | |
|--|
| <p>1) Frías-Navarro, D., Monterde-i-Bort, H-, Pascual-Soler, M., Badenes-Ribera, L., & Pascual-Llobell, J. (2014). Improvement in statistical practice: results from a Spanish survey (N=744). VI European Congress of Methodology. Universiteit Utrecht. The Netherlands July 23-25.</p> |
| <p>2) Frías-Navarro, D., Badenes-Ribera, L., Pascual-Soler, M., Monterde-i-Bort, H., & Gomez-Frías, R. (2014). Estilos de aprendizaje de los estudiantes y el uso de los materiales de educación en abierto: análisis del tamaño del efecto.</p> |
| <p>3) Badenes-Ribera, L., Pascual-Soler, M., Gomez-Frías, R., Monterde-i-Bort, H. & Frías-Navarro, D., (2014). Impacto de la reforma estadística en los docentes de Psicología y de Educación: tamaño del efecto y de la muestra.</p> |

D. Pablo Pinazo Dallenbach

Publicaciones de artículos en revistas de relevancia científica:
<p>1) Publicaciones de artículos en revistas de relevancia científica: 1) Are problems with violence and the lack of citizen security a barrier to entrepreneurship? aceptado para publicación en el Journal of Business Research en 2016.</p>
<p>2) What to avoid to succeed as an entrepreneur, aceptado para publicación en el Journal of Business Research en 2016.</p>
<p>3) Higher Education in El Salvador: Pertinence and Education for Entrepreneurship. Será publicado con un DOI en 2015.</p>
Tesis doctorales:
<p>Emprendimiento en El Salvador: La Inseguridad Ciudadana como barrera. Universidad politécnica de valencia, Departamento: Economía y ciencias sociales.</p>
Proyectos del departamento de investigación de ESIC:
<p>Área: Finanzas, Investigación de mercados, Economía, Marketing, Administración de empresas, Humanidades. Línea de investigación: Innovación docente.</p>
Participación en Congresos, Seminarios y Jornadas científicas (Comunicaciones y ponencias):
<p>1) Junio 2015: Presentación del paper: Higher Education in El Salvador: Pertinence and Education for Entrepreneurship, en el The First International Conference on Higher Education Advances (HEAd'15) en Valencia.</p>
<p>2) Diciembre 2014: Presentación del paper What to avoid to succeed as an entrepreneur en el congreso internacional Asia/Pacific Global Innovation and Knowledge Academy (GIKA) en Taiwan, recibiendo el premio al mejor paper del congreso.</p>
<p>3) Junio 2014: Presentación del paper Are problems with violence and the lack of citizen security a barrier to entrepreneurship? en el congreso internacional Global Innovation and Knowledge Academy (GIKA) en Valencia.</p>
Conferencias:
<p>Noviembre 2012: Comportamiento del consumidor: una comparativa España, El Salvador, México (Universidad Centro Americana "José Simeón Cañas", San Salvador, El Salvador)</p>

Dra. Mabel Pisá Bó

Proyectos del departamento de investigación de ESIC:
<p>1) Proyecto Ref. 02/12-V. Marketing turístico.</p>
<p>2) Área: Finanzas, Investigación de mercados, Economía, Marketing, Administración de empresas, Humanidades. Línea de investigación: Innovación docente.</p>

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Dr. Juan Puchalt Sanchis

Otras actividades de investigación (Actividades de formación):

Jornada sobre "Ferias Comerciales" en 12ª edición del Máster en Marketing y Comunicación, de la Cámara de Comercio de Valencia y de la Universidad de Valencia (28-3-2015).

Dra. Cristina Santos Rojo

Proyectos del departamento de investigación de ESIC:

Área Finanzas, Investigación de mercados, Economía, Marketing, Administración de empresas, Humanidades. Línea de investigación: Innovación docente.

Dra. Esperanza Suárez Ruz

Publicaciones de artículos en revistas de relevancia científica:

1) ¿Se mide el retorno de la inversión en las políticas de Recursos Humanos? Un análisis en España. Innovar, Journal of Administrative and Social Sciences. Pendiente de publicación.

2) REPSOL YPF: An "illegal" expropriation. Journal of Business Research. 68(2):255-262
--

Membrecías en comités científicos:

Miembro de Academy of Management

Proyectos de investigación:

Proyecto de investigación: Social and Environmental Sustainability in Ibero-American Countries. Grupo de investigación formado por 31 personas de 12 países diferentes (Latinoamerica+Portugal), con vocación de continuidad tras el encuentro en el anual Meeting AOM 8Academy of Management en Boston.
--

Participación en Congresos, Seminarios y Jornadas científicas (Comunicaciones y ponencias):
--

1) EURAM (European Academy of Management) Valencia (2014). Paper/Comunicación presentada: Suárez, E; Perelló,S; Susaeta, L; Pin, J.R. Social media policies: an exploratory study within Ibox 35 Spanish Companies. ISBN No: 978-84-697-0377-9.

2) EDI conference (Equality Diversity Inclusion 2014 Conference). Munich (Alemania). Paper: "Youth labor market exclusion: a comparative study on youth in Spain, México and Colombia". Premio al mejor paper de nuestro track
--

3) Academy of Management (AOM). Philadelphia (EEUU). (2014). 74th annual meeting academy of management. philadelphia (EEUU). The power of words.
--

4) 2014 Symposium: Is the Iberoamerican HR system prepared for a management revolution? A large Scale survey. Paper presentado: Suarez, E; Apascartei, P, Susaeta, L Pin, J.R; "Talent Mangement in Iberoamerican Countries"
--

5) Academy of Management (AOM). Philadelphia (EEUU). (2014). Professional development workshop (pdw) the internationalization of corporate social responsibility. Participación en una mesa

6) ICBM International Conference on Business Management. Valencia. Julio 2015. Paper: Suarez, E; Perello, R; Susaeta, L. Corporate Social Responsibility as a tool for Social Innovation. Pendiente de presentación.
--

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

7) 75th annual meeting academy of management (aom) (2015). Paper aceptado, pero pendiente de presentación. Vancouver (Canadá). Paper: Suarez, E et al (2015). CSR: does it Foster inclusión and diversity? An exploratory study in the Iberoamerican Countries.

Conferencias:

1) Miembro de AOM (Academy of Management) desde diciembre de 2011.

2) Colaboraciones esporádicas con el Centro de Investigación CIEGS (Centro de Investigación en Economía y Gestión de la Salud) perteneciente a la UPV (Universidad Politécnica de Valencia).

3) Investigadora Red IBEHRNET. (Integrada por universidades Españolas e Iberoamericanas para promover la investigación en el campo de los Recursos Humanos).

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

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

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

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

Durante el curso académico 2014-2015, los profesores que integran el Grado de Gestión Comercial y Marketing han llevado a cabo una actividad investigadora entre la que cabe destacar: Codirección de tesis doctorales a docentes y alumnos de ESIC, actuación como revisores ciegos de revistas de impacto, participación en el proceso DOCENTIA, colaboración en el comité de organización y en el comité científico del II Simposio Internacional IMAT, publicación de artículos en revistas de impacto indexadas en LATINDEX, IN-RECS, JCR..., firma de un convenio de colaboración entre MASTER TOUR, cluster de empresas turísticas y ESIC para el desarrollo de investigación en materia de marketing turístico e inteligencia competitiva en empresas del sector atendiendo a la norma de AENOR: 166000 de Gestión de I+D+I y vigilancia tecnológica, además de 4 profesores realizando sus tesis doctorales.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

4.3 Calidad del Profesorado

ESIC busca mejorar la Percepción de la Calidad del Profesorado.

La evaluación de la docencia diseñada bajo el Marco de Referencia del Modelo Docencia, cuya fase de diseño ya está certificada por ANECA (<http://www.esic.edu/pdf/certificado-docencia-esic-octubre-2013.pdf>), aporta un modelo aún más detallado y reglado que dará mayor solidez en el tiempo, tanto a la hora de mantener los niveles deseados de calidad en la actividad docente de las titulaciones, como en el propio desarrollo profesional de los docentes dentro su actividad en la Institución.

Durante el curso 2014/15, 10 profesores del claustro de ESIC Valencia (6 de los cuales imparten docencia en el Grado en Gestión Comercial y Marketing) lo que hace que en la actualidad ya haya 18 profesores (12 del título) que hayan pasado la evaluación de Docencia.

En esta segunda convocatoria el resultado fue el siguiente:

MUY MEJORABLE (de 0 a 5)	Total	0	0%
	FT	0	
	PT	0	
MEJORABLE (de 5 a 6)	Total	0	0%
	FT	0	
	PT	0	
ADECUADO (de 6 a 6,75)	Total	0	0%
	FT	0	
	PT	0	
BIEN (de 6,75 a 7,75)	Total	3	30,0%
	FT	1	
	PT	2	
NOTABLE (de 7,75 a 8,75)	Total	5	50,0%
	FT	1	
	PT	4	
EXCELENTE (de 8,75 a 10)	Total	2	20,0%
	FT	2	
	PT	0	

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

De los seis profesores del Grado analizado uno obtuvo la calificación de Excelente, cuatro obtuvieron una calificación de Notable y el otro la calificación de Bien.

En lo referente al conjunto de profesores, se evalúa por parte de los alumnos la labor docente del profesorado. Uno de los objetivos marcados es el de que los docentes obtengan una calificación superior a 6,5 puntos sobre 10 en el ítem “en general, estoy satisfecho con la labor docente del profesor”.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

El resultado por cursos es el siguiente:

Curso	Porcentaje de profesores con valor superior al criterio	
	2013/14	2014/15
1º	54,6%	90,90%
2º	83,3%	63,64%
3º		83,33%
4º		
5º		
TOTAL	73,91%	80,00%

Fuente Unidad de Calidad de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los datos de Docencia son muy positivos y el porcentaje de profesores con calificaciones por encima del umbral del 6,5 es altamente satisfactorio si bien cabe destacar que en 2º curso el resultado es mejorable.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador

Mejora: Replantear la adecuación del profesorado especialmente en 1º

Causa: Los resultados por debajo de la recomendación de los indicadores.

Acciones a Desarrollar: La Dirección académica se sentará con los profesores “fuera de indicadores” para reconducir la satisfacción de los alumnos sin menoscabo de la profundidad en los contenidos.

Responsables: Director Académico de Grado Valencia.

Tiempo Realización: 2014/15 y 2015/16

Código: 2014.MEMORIA.GRCM.005. Continúa vigente desde el año anterior.

4.4 Programas de Movilidad del Profesorado

En el curso 14/15 no hubo ningún profesor del título que haya participado en programas de movilidad para docentes.

En cualquier caso existen diferentes opciones de movilidad para el profesorado de las que se puede obtener más información en <http://www.esic.edu/institucion/movilidad-faculty/>

5 OTROS RECURSOS

5.1 Recursos físicos

En el enlace <http://www.esic.edu/es/grado-oficial-gestion-comercial-marketing-valencia/?s=sec60>, se detallan las instalaciones, sitas en la Avda. de Blasco Ibáñez, 55 de Valencia, que ESIC pone a disposición de los estudiantes de Grado en Marketing y Gestión Comercial (GRCM) entre las que cabe mencionar las aulas docentes de teoría, de informática, de seminarios, bibliotecas, aulas de informática, salas de trabajo, conexión wifi, servicio de cafetería y restauración, salones de grados, conferencias, etc.

En concreto el curso 14/15 los alumnos del presente grado tenía asignadas las siguientes aulas (al margen de las de informática):

Primer Curso	Aula 12 (mañanas)
Segundo Curso	Aula 17 (mañanas)
Tercer Curso	Aula 17 (tardes)

El Servicio de Infraestructuras está compuesto por profesionales de diversos sectores cuya tarea se centra en el mantenimiento, reparación y puesta a punto del equipamiento e instalaciones de todo el centro.

5.2 Recursos humanos (PAS)

Existe una cultura de gestión de los Recursos Humanos centrada en la cercanía y en el mantenimiento del personal y en dar respuesta a las necesidades existentes.

Se está produciendo un aumento de incorporación de Personal a diferentes áreas y campus de la Escuela para dar respuesta a las necesidades existentes.

Anualmente se recibía una encuesta a través del Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCOR) recogiendo la opinión de los Trabajadores de ESIC. Este año se diseñó e implementó una encuesta dirigida a los Profesores que imparten clases en este título y al Personal no Docente.

Los cambios relacionados con el Personal Directivo decididos en la finalización del curso 2014/2015 fueron:

- Cristina Marín ha asumido las funciones de Directora del Departamento Académico de Informática, hasta la fecha dirigido por Francisco Llamazares.
- Se fusionan los Departamentos de Finanzas y Economía bajo la Dirección de Javier Oñaderra.
- María Guijarro asume la Coordinación del Departamento Académico de Dirección de Marketing hasta ahora Coordinada por Emilio Llopis.
- Manuel Cantero sustituye, como Coordinador Nacional de Grado, a Daniel del Castillo.
- M^a de las Mercedes de Obesso es nombrada nueva responsable de Diseño, Seguimiento y Renovación de Títulos.
- María Baldonado asume la Dirección del Departamento Académico de Idiomas en sustitución de Richard Lander.
- Pilar Galea asume la Coordinación de ESIC-Idiomas en Valencia en sustitución de María Bell.
- Se incorpora la figura de Responsable de Grado para el soporte de Moodle, asumiendo sus funciones Vanessa Roger.

6 MEMORIA DE ACTIVIDADES

6.1 Actividades desarrolladas

Para alumnos y profesores de todas las titulaciones, se ofertan actividades complementarias a su formación.

Actividades Internas

- Celebración del MEET: foro de empresas, empleo y emprendimiento que organiza ESIC.
- 4º Encuentro Anual de profesores del Departamento de Dirección de Empresas (Valencia, julio 2014).
- Creación de un Foro de Debate sobre temas sociales y éticos.
- Cursos de contabilidad informatizada (Contaplus y Facturaplus).
- Operación Kilo: propuestas creativas para la campaña interna de ESIC.
- The Garden: aula creativa con propuestas por parte de los alumnos de Grado.
- Seminario de Marketing Personal que busca trabajar las habilidades y técnicas requeridas para la salida al mercado laboral.
- Seminario de Marketing Deportivo.
- Socialmads: II taller de estrategias de redes sociales con concurso y posibilidades de prácticas en agencias.
- Formación Moodle al profesorado.

Actividades Externas.

- Iniciativa Emprendedora en Grado. En el contexto del lanzamiento de la Unidad "ESIC Emprendedores" se fomenta e incentiva la generación de Proyectos de emprendimiento con la creación de Premios. En este sentido se han celebrado la "I Edición del Premio al Mejor TFG Iniciativa Emprendedora de Grado" y la "X Edición del Premio Creación de Empresa de Grado".
- 11ª edición Premios ESIC-CREA.
- 11ª edición Premios Plan de Marketing en el Sector Hotelero (CAREM)
- Participación en "Hoy es Marketing".
- Concurso de Creación de una gráfica para el Centro de Trasfusión de Sangre de la Comunitat Valenciana
- Participación en 'La Lluna', Festival de Publicidad y Comunicación creativa de la Comunidad Valenciana.
- Debate de Competición Interuniversitaria en la UPV.
- Dirección y Organización actividades de Voluntariado ESIC.
- Inmetur: Centro de Innovación en Marketing de Empresas Turísticas.
- Participación en revistas científicas: ESIC Market, aDResearch ESIC.
- Elaboración de artículos periódicos para diferentes medios de comunicación.
- Organización de IMAT: II Simposio Internacional de Innovación en Marketing Turístico.
- Seminario de formación para el profesorado: Global Trends en Comunicación y Publicidad.
- Jornada ANEIMO/ESIC. (Jornada Anual del Departamento de Investigación de Mercados)

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

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

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

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

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

7.1 Procedimientos (Mapa de Procesos)

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

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

Todo el Sistema de Garantía de Calidad refleja como filosofía de trabajo la Mejora Continua. Ya en el 2006 se lanzó un Proyecto de Mejora Continua, que tenía por objetivo articular en ESIC los procesos y recursos suficientes para implantar una Política de Calidad hacia la Excelencia y ya eso marcó un camino a seguir.

El Proyecto de Mejora, enmarcado en un Sistema de Garantía de Calidad de ESIC (SGC-ESIC), tiene como propósito articular los objetivos de calidad. En este sistema se establece cómo ESIC utiliza sus órganos, reglamentos, criterios, procesos, etc. para mejorar la calidad de sus títulos, la selección y promoción de su profesorado, la planificación y el desarrollo o los resultados del aprendizaje y también cómo implicar a diferentes grupos de interés en el diseño, desarrollo, evaluación y difusión de sus actividades formativas.

Ver los resultados del Sistema de Calidad de ESIC en Informe de Revisión del Sistema de Calidad anual que se encuentra publicado en la web www.esic.edu en el Apartado Garantía de Calidad/Institucionales.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede.

7.2 Políticas/Procedimientos/Manuales

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

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

Documentación Unidad Calidad 2014/15		
	Nueva Edición	Nuevo Documento
Nuevos Procedimientos	8	0
Nuevas Políticas	1	3
Nuevos Manuales	1	0

Nuevas Ediciones:

Procedimientos:

- POST.2.90 Bienvenida y Atención al Profesor ed.1 y
- GR.2.80 Bienvenida y Atención al Profesor ed.3
- 5.100 Mejora Continua Ed.4
- 5.10 Control de los Documentos Ed.5
- 5.90 Seguimiento y Medición de Procesos Ed.4
- 1.20 Proceso de determinación, difusión, seguimiento y revisión de objetivos Ed.5

Formatos

- Informe del Profesor/a sobre el Desarrollo de la Materia en un Master Universitario Ed.1
- Guía Docente Ed.5

Políticas

- Política de Comisiones de Grado y Postgrado Ed.1

Manuales

- Manual de Calidad Ed.7
- Manual Docente Ed.2

Nuevos Documentos:

Políticas

- Política de Coordinación Docente Grado y Postgrado Ed.0
- Anexo a Política de Comisión Académica de Titulación de ESIC_ Glosario
- Anexo a Política de Comisión Académica de Titulación de ESIC_ Calendario

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

Las Políticas se siguen adecuando a las necesidades o especificaciones concretas que surgen, en el desarrollo de las actividades afectadas por dichas políticas.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede.

7.3 Comisión Académica de la Titulación

La Comisión Académica de Titulación de Grado o Posgrado es el órgano responsable de la Garantía de Calidad de la Titulación.

Podrá verse más información en la web:

<http://www.esic.edu/pdf/comisiones-de-titulacion-esic-grado-14-15.pdf>

A continuación se describen las Actas de las Reuniones realizadas por el Comité con: revisión de temas pendientes, temas tratados y mejoras propuestas.

Acta 1

Fecha: 26/11/15. 16.00 – 17:00

Primera reunión de la Comisión de Titulación del Área de Grado en Gestión Comercial y Marketing del curso 2014-2015

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

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

Profesora 1: D^a Mabel Pisá (Profesora de la Titulación)

Profesora 2: D^a María Guijarro (Profesora de la Titulación)

Personal de Gestión: D^a. Carmen López (Secretaria)

Subdelegado: Alba Botella (subdelegada de 2º curso)

Excusan su asistencia: D. Pablo Faus (delegado de 2º curso), y D. Rafael Pinazo (profesor de la Universidad de Valencia)

1. REVISION DEL ACTA ANTERIOR Y RESOLUCIÓN DE TEMAS PENDIENTES

Lectura del acta anterior.

2. TEMAS A TRATAR

Mejoras identificadas en el Informe de Titulación del curso 12/13

Se procede a la lectura de las mejoras durante el curso académico 2012-2013 así como las propuestas del curso 2013-2014, publicadas en el informe anual de titulación de GRCM del curso 12-13.

Análisis de los datos del Informe de Titulación del Grado en Administración y Dirección de Empresas del curso 2013-2014

Se informa de que nos encontramos en proceso de elaboración de dicho informe y se adelantan algunos datos ya disponibles para tenerlo es consideración:

Como información más relevante, se destaca el aumento de un 10,2% en el número de alumnos qu acceden a 1er curso vía bachillerato/PAU. Las tasas de rendimiento obtenidas son buenas. Se

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

recibieron 7 alumnos Erasmus en la titulación. Y se destacó que el 70,6% del claustro posee el título de doctor.

Sobre la documentación enviada para su consulta y aprobación, (los borradores de: la edición 5 del control de los documentos, la edición 4 de la medición de procesos y mejora continua, la edición 0 de la política de coordinación asignaturas-módulos en Grado y Postgrado, la edición 7 del manual de calidad) se les pregunta a los asistentes si, después de revisarla, tienen comentarios o sugerencias que aportar. Se deja un plazo de un mes para que las efectúen.

3. NUEVO TEMAS A DESARROLLAR

Se recuerda a todos los asistentes la conveniencia de que se produzcan reuniones de los alumnos de la Comisión con los compañeros para aportar acciones de mejora.

Sigue pendiente la finalización de los documentos pendientes antes de publicarlos en la página web.

Acta 2

Fecha: 12/03/15. 11.00 – 12:30

Segunda reunión de la Comisión de Titulación del Área de Grado en Gestión Comercial y Marketing del curso 2014-2015

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

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

Profesora 1: D^a Mabel Pisá (Profesora de la Titulación)

Profesora 2: D^a María Guijarro (Profesora de la Titulación)

Personal de Gestión: D^a. Carmen López (Secretaria)

Delegada: D^{ña} Sol Bru (delegada de 2^o curso).

Subdelegada: D^{ña}. Alba Botella (subdelegada de 2^o curso)

Personal de Gestión: D^a Carmen López (Secretaría).

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

1. REVISION DEL ACTA ANTERIOR Y RESOLUCIÓN DE TEMAS PENDIENTES

Lectura del acta anterior.

2. TEMAS A TRATAR

Información sobre el cambio del delegado representante de la Comisión.

Como nueva delegada de segundo curso del grado, acude a esta primera reunión en la que se le informa de las responsabilidades, funcionamiento y periodicidad de las Comisiones.

Mejoras identificadas en el Informe de Titulación del curso 13/14

Se revisa en pantalla los datos del Informe de Titulación 13-14. En concreto, los apartados del informe relativos a la sociedad y futuro estudiante; sobre el estudiante actual; el profesorado; recursos y actividades e indicadores. Se les indica que quedan pendiente los apartados relativos a la memoria de actividades, el grado de implantación del Sistema Interno de Garantía de Calidad (SGIC), las recomendaciones de los anteriores informes.

Recomendaciones y consultas:

-Dar importancia a la guía docente para que esté más presente en la formación del alumno.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

- El Plan de Acción Tutorial: llevar un mayor seguimiento del mismo por parte de alumnos y profesores implicados. La subdelegada, que ha sido mentora, indica que la mayoría de las inquietudes de los alumnos recién incorporados eran relativas a cómo son los profesores y la dificultad o no de aprobar las asignaturas. También, que los que han hecho un mayor uso han sido los alumnos extranjeros.
- Refuerzo a la formación complementaria de los últimos cursos. Que los alumnos propongan contenidos que les sean de interés.
- Nuevas fórmulas para que haya evidencia de las sugerencias, quejas y felicitaciones, puesto que la gran mayoría de ellas se hacen verbalmente y no queda constancia de las mismas. Se propone que sean los delegados los que se encarguen de firmar, sólo para que se registre la petición.
- Sobre el apartado relativo a la acreditación, al desconocer su importancia, se les explica a los alumnos en qué consiste el proceso y la necesidad de conseguir doctores acreditados por parte de las universidades. En concreto, que en ESIC se pretende una combinación de profesionales académicos y conocimiento aplicado.

Se les indica que en las siguientes semanas se les enviará el borrador con todos los datos para que lo revisen.

Análisis de los datos disponibles del Informe de Titulación del Título Superior en Dirección de Marketing y Gestión Comercial del curso 2014-2015

Entre los datos, se visualizan en pantalla la revisión de nota de corte, el número de alumnos con reconocimiento de créditos, los datos del perfil de ingreso y el número de plazas de nuevo ingreso.

Acta 3

Fecha: 17/07/15. 11.30 – 12:30

Tercera reunión de la Comisión de Titulación del Área de Grado en Gestión Comercial y Marketing del curso 2014-2015

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

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

Profesora 1: D^a Mabel Pisá (Profesora de la Titulación).

Profesora 2: D^a María Guijarro (Profesora de la Titulación).

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

Excusan su asistencia: Personal de Gestión: D^a. Carmen López (Secretaria); la delegada de 2^o curso D^a Sol Bru y la subdelegada de 2^o curso D^a. Alba Botella.

1. REVISION DEL ACTA ANTERIOR Y RESOLUCIÓN DE TEMAS PENDIENTES

Lectura del acta anterior.

2. TEMAS A TRATAR

En primer lugar, se comunican los datos disponibles del Informe de Titulación de GRCM del curso 2014-2015. Se espera que en la próxima reunión pueda disponerse de todos los datos, puesto que todavía no se ha tenido acceso a los que faltan.

Recordatorio de que uno de los puntos más importantes de la comisión es la recogida de propuestas de mejora. Entre ellas, se recordó que para el curso próximo, cuando se soliciten quejas, sugerencias, etc. los responsables de cada grupo lo hagan por escrito para registrar la evidencia. Otra de las

cuestiones sobre los que se sugiere mejora es ofrecer un listado de temas (lista cerrada) para el seminario del último curso, ya que como lista abierta, en ocasiones los grupos no se ponen de acuerdo. Se informa de que estamos en el proceso de reacreditación del título y los dos hitos del proceso: la elaboración del autoinforme (en la que nos encontramos en este momento) y el segundo hito importante, que tendrá lugar en los meses de octubre y noviembre, que es la visita, en la que se recibe un panel de auditores de la AVAP que requerirá la presencia de representantes de la Comisión.

También se cuenta que estamos en proceso de la segunda edición de DOCENTIA y se les explica que sirve para certificar la calidad docente de los profesores. Se han presentado en Valencia un total de 10 profesores y aún no se han obtenido los resultados.

Se procede a cambiar el sistema de gestión documental con la plataforma Moodle. Desde septiembre, está previsto que los alumnos tengan acceso y los profesores, desde la última semana de julio. También se ha modificado el sistema de almacenamiento de las guías docentes. Parte del proceso de mejora incluye la visibilidad de guías de cursos anteriores.

Guías docentes: actualización (Ed. 5) y se comunica la novedad: la eliminación de la bonificación/penalización y que se restringe la asistencia obligatoria a un 75% cuando haya evaluación continua. La explicación es que el sistema ha sido generador de conflictos.

También como parte de mejora continua, se ha procedido a la modificación de profesores: hay dos profesores que han sido baja y se incorporan dos profesores nuevos.

Se comunican las fechas del calendario académico: el día 2 de septiembre comienzan las clases. El primer semestre concluye el lunes, 7 de diciembre y los exámenes empiezan el 9 miércoles de diciembre. El segundo semestre comienza el jueves, 7 de enero y concluye el 3 de mayo, que a efectos de programación, incluye las clases de un viernes.

Sobre los Premios Excelencia: se cuenta a los miembros de la comisión que durante la apertura de curso se entregan los premios pendientes que son los que corresponden al Cuadro de Honor.

En los departamentos, ha habido un cambio en el departamento de Dirección de Marketing y la nueva coordinadora a partir de septiembre de 2015 es María Guijarro.

Por último, se indica que está prevista la entrada en el aula a principios de curso a informar sobre las novedades de la plataforma Moodle a los alumnos.

7.4 Reuniones otros equipos

A continuación se describen las Actas de las Reuniones realizadas con otros grupos implicados en el título.

7.4.1 Tutores

Desde ESIC Valencia se ha realizado un Plan de Acción Tutorial, donde se informa sobre los indicadores que marcan el grado de cumplimiento (en porcentaje) de las tutorías planificadas.

Fecha: 14/04/2015

Miembros del Equipo de Mejora (Nombre y Puesto)

Director del Área de Grado: Vicente Fuerte.

Coordinador del Área de Grado: Myriam Martí.

Coordinador del Área de Grado y responsable del PAT: Marcos Pascual

Tutores:

Rafael Pinazo

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

Ignacio Bellón
Myriam Martí
María Guijarro
Enrique Planells

Excusaron su asistencia: Cristina Santos y Emilio Llopis

Desde ESIC Valencia se ha realizado un Plan de Acción Tutorial, donde se informa sobre los indicadores que marcan el grado de cumplimiento (en porcentaje) de las tutorías planificadas. Se confeccionaron cuatro tipos de indicadores:

Indicadores de GRCM

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

7.4.2 Delegados

Acta 1

Fecha: 12/11/14

Miembros del Equipo de Mejora

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

Desarrollo de la Reunión:

1. Bienvenida y presentación.

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

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

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

2. Temas planteados por los delegados.

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

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Quejas sobre la plataforma: En la intranet no pueden generarse carpetas y que los archivos .zip muy pesados tampoco. En los dispositivos ipads tampoco puede descargarse la documentación. Ismael Olea informa de la actualización inminente del sistema para subsanar estos problemas y pide disculpas en nombre de ESIC. También sugiere a los alumnos que trasladen todas las incidencias.

Acta 2

Fecha: marzo/2015

Miembros del Equipo de Mejora (Nombre y Puesto)

Asistentes:

-El Director del Área de Grado: Vicente Fuerte.

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

-Alumnos de la titulación de GRCOM

Desarrollo de la Reunión:

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

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

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

Nuevos temas tratados: no aplica

Conclusiones:

La información recogida en el presente documento permite que la Dirección del Área de Grado planifique las acciones de mejora y comprobación oportunas al objeto de subsanar los problemas detectados. Concretamente se mantienen entrevistas con el colectivo de profesores implicados en alguna incidencia para trasladar la información, conocer su punto de vista y realizar los cambios necesarios. El resultado de este proceso puede consultarse en el *Informe de Acciones de Mejora de la Calidad Educativa*.

Análisis de Datos y Conclusiones:

A partir de las reuniones mantenidas con los distintos grupos de trabajo se gestionaron las acciones de mejora identificada alrededor de la titulación que nos ocupa.

7.5 Evaluación del Aprendizaje

A partir del cumplimiento de lo indicado en la Memoria del Título, se considera obligatorio para todas las materias la aplicación de un sistema de evaluación continua. Se ha trabajado mucho para homogenización de los sistemas de evaluación continua. En cada una de ellas se combina, con distinta ponderación, pruebas escritas, trabajos obligatorios y participación activa. Esta evaluación continua aplica tanto a convocatoria ordinaria como extraordinaria.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

7.5.1 Distribución de calificaciones Tasas de Rendimiento

2014/15		
TASA DE RENDIMIENTO	TASA DE PRESENTACIÓN	TASA DE SUPERACIÓN
83,6%	91,5%	91,4%

Fuente Secretaría General de ESIC

-Tasa de presentación: Para el curso académico X, relación porcentual entre el número créditos presentados a evaluación y el número total de créditos matriculados en el título.

-Tasa de superación: Para el curso académico X, relación porcentual entre el número de créditos superados en la titulación y el número de créditos presentados a evaluación.

-Tasa de rendimiento: Para el curso académico X, relación porcentual entre el número de créditos superados en la titulación y el número total de créditos matriculados en el título.

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

7.5.2 Tasas por Materia (Rendimiento, Presentación y Superación)

Curso	Asignatura	CURSO 2014/15		
		Tasa de Rendimiento	Tasa de Presentación	Tasa de Superación
1º	Admin. y Organización de Empresas	75,9%	86,2%	88,0%
1º	Análisis Exploratorio de Datos	69,7%	90,9%	76,7%
1º	Bases del Sistema Tributario Español	83,3%	90,0%	92,6%
1º	Contabilidad Financiera	50,0%	79,4%	63,0%
1º	Derecho Laboral	65,4%	88,5%	73,9%
1º	Derecho Mercantil	92,3%	96,2%	96,0%
1º	Fundamentos de Economía de la Empresa	81,5%	92,6%	88,0%
1º	Fundamentos de Marketing	92,9%	96,4%	96,3%
1º	Matemáticas	70,0%	93,3%	75,0%
1º	Principios de Economía	63,6%	87,9%	72,4%
2º	Análisis Financiero Empresarial	90,0%	90,0%	100,0%
2º	Análisis y Gestión de Clientes	100,0%	100,0%	100,0%
2º	Comunicación Comercial	92,3%	96,2%	96,0%
2º	Dirección de la Innovación y la Calidad	96,3%	96,3%	100,0%
2º	Dirección de Recursos Humanos	96,6%	96,6%	100,0%
2º	Econometría	84,0%	84,0%	100,0%
2º	Economía Española	96,2%	96,2%	100,0%
2º	Gestión de Productos y Precios	96,2%	96,2%	100,0%
2º	Introducción a la Estadística	81,5%	81,5%	100,0%
2º	Planificación Contable	50,0%	78,6%	63,6%
3º	Canales y Distribución Comercial	94,4%	94,4%	100,0%
3º	Creación de Empresas	88,9%	94,4%	94,1%
3º	Estrategia y Dirección Estratégica	100,0%	100,0%	100,0%
3º	Gestión de Proyectos	90,0%	90,0%	100,0%
3º	Gestión de Ventas	90,0%	90,0%	100,0%
3º	Investigación de Mercados	93,8%	93,8%	100,0%
3º	Logística	75,0%	87,5%	85,7%
3º	Marketing de Servicios	90,9%	90,9%	100,0%
3º	Publicidad y Relaciones Públicas	95,5%	95,5%	100,0%
3º	Técnicas de Negociación	100,0%	100,0%	100,0%
4º	Prácticas en Empresa	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

7.5.3 Análisis Evaluación del Aprendizaje

		CURSO 2014/15				
Curso	Asignatura	Matriculados	Aprobados	Suspensos	No presentados	Presentados
1º	Admin. y Organización de Empresas	29	22	3	4	25
1º	Análisis Exploratorio de Datos	33	23	7	3	30
1º	Bases del Sistema Tributario Español	30	25	2	3	27
1º	Contabilidad Financiera	34	17	10	7	27
1º	Derecho Laboral	26	17	6	3	23
1º	Derecho Mercantil	26	24	1	1	25
1º	Fund. de Economía de la Empresa	27	22	3	2	25
1º	Fundamentos de Marketing	28	26	1	1	27
1º	Matemáticas	30	21	7	2	28
1º	Principios de Economía	33	21	8	4	29
2º	Análisis Financiero Empresarial	30	27	0	3	27
2º	Análisis y Gestión de Clientes	28	28	0	0	28
2º	Comunicación Comercial	26	24	1	1	25
2º	Dirección de la Innovación y la Calidad	27	26	0	1	26
2º	Dirección de Recursos Humanos	29	28	0	1	28
2º	Econometría	25	21	0	4	21
2º	Economía Española	26	25	0	1	25
2º	Gestión de Productos y Precios	26	25	0	1	25
2º	Introducción a la Estadística	27	22	0	5	22
2º	Planificación Contable	28	14	8	6	22
3º	Canales y Distribución Comercial	18	17	0	1	17
3º	Creación de Empresas	18	16	1	1	17
3º	Estrategia y Dirección Estratégica	18	18	0	0	18
3º	Gestión de Proyectos	20	18	0	2	18
3º	Gestión de Ventas	20	18	0	2	18
3º	Investigación de Mercados	16	15	0	1	15
3º	Logística	16	12	2	2	14
3º	Marketing de Servicios	22	20	0	2	20
3º	Publicidad y Relaciones Públicas	22	21	0	1	21
3º	Técnicas de Negociación	16	16	0	0	16
4º	Prácticas en Empresa	2	2	0	0	2

Fuente Secretaría General de ESIC

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador

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

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

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

Responsables: Director Académico de Grado Valencia.

Tiempo Realización: 2014/15 y 2015/16

Código: 2014.MEMORIA.GRCM.006. Continúa vigente desde el año anterior.

7.5.4 Evaluación de las Competencias del Título

A partir de la calificación obtenida en las diferentes Asignaturas de la Titulación y en base a la matriz relacional de asignaturas a competencias, se obtiene la siguiente calificación para cada competencia del Título:

curso	sem.	asignatura	Créditos	Calificación		Competencias Generales													
				2014/15		CG1	CG2	CG3	CG4	CG5	CG6	CG7	CG8	CG9	CG10	CG11	CG12		
1º	1º	FUNDAMENTOS DE MARKETING	6	7,06		1								1					1
1º	1º	DERECHO LABORAL	6	6,54		1		1											
1º	1º	DERECHO MERCANTIL	6	7,72		1		1											
1º	1º	FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA DE LA EN	6	6,60		1		1					1		1				
1º	1º	MATEMÁTICAS	6	6,65				1											1
1º	2º	ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE	6	6,34		1			1				1						1
1º	2º	BASES DEL SISTEMA TRIBUTARIO ESPAÑOL	6	7,26					1										
1º	2º	ANÁLISIS EXPLORATORIO DE DATOS	6	6,17				1											1
1º	2º	CONTABILIDAD FINANCIERA	6	4,89															1
1º	2º	PRINCIPIOS DE ECONOMÍA	6	5,54		1		1					1						1
2º	1º	DIRECCIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA CAL	6	8,70				1		1		1	1	1	1				
2º	1º	DIRECCIÓN DE RECURSOS HUMANOS	6	7,95				1	1	1									1
2º	1º	INTRODUCCIÓN A LA ESTADÍSTICA	6	8,16				1			1								
2º	1º	PLANIFICACIÓN CONTABLE	6	4,40				1	1					1					
2º	1º	ECONOMÍA ESPAÑOLA	6	8,23		1		1					1						
2º	2º	GESTIÓN DE PRODUCTOS Y PRECIOS	6	8,42				1		1		1	1	1	1				
2º	2º	ANÁLISIS Y GESTIÓN DE CLIENTES	6	8,13				1		1	1		1	1	1				
2º	2º	COMUNICACIÓN COMERCIAL	6	8,08				1		1		1	1	1	1				1
2º	2º	ANÁLISIS FINANCIERO EMPRESARIAL	6	7,07				1				1			1				
2º	2º	ECONOMETRÍA	6	7,74				1			1								
3º	1º	CANALES Y DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	6	8,06				1		1			1	1					1
3º	1º	TÉCNICAS DE NEGOCIACIÓN	6	7,77		1	1	1											1
3º	1º	CREACIÓN DE EMPRESAS	6	7,54					1		1		1						1
3º	1º	GESTIÓN DE PROYECTOS	6	7,33					1		1								1
3º	1º	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	6	7,33				1			1	1							
3º	2º	GESTIÓN DE VENTAS	6	8,06									1	1	1	1	1		1
3º	2º	MARKETING DE SERVICIOS	6	6,91				1			1								1
3º	2º	ESTRATEGIA Y DIRECCIÓN ESTRATÉGICA	6	7,42		1			1			1	1						1
3º	2º	PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS	6	6,74				1											1
3º	2º	LOGÍSTICA	6	6,13							1								
		MEDIA DE LA COMPETENCIA				7,0	7,3	7,0	7,8	7,5	7,8	7,4	7,9	7,1	7,8	7,8	7,8	7,0	

7.5.5 Evaluación de MECES

Una vez obtenida la calificación de cada Competencia del Título, y en base a la matriz relacional de competencias con MECES, se obtienen las siguientes calificaciones para cada MECES:

Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)
Curso Académico 2014/15
ESIC Business & Marketing School

Competencia	Calificación 2014/15	MECES 2007					MECES 2011								
		MEGE 01	MEGE 02	MEGE 03	MEGR 01	MEGR 02	MEGR 03	MEGR 04	MEGR 05	MECES1	MECES2	MECES3	MECES4	MECES5	MECES 6
CG1	7,02			1	1	1				1	1				
CG2	7,34				1	1		1		1	1		1		1
CG3	6,97			1	1	1		1		1	1		1		1
CG4	7,83	1	1	1	1	1				1	1				
CG5	7,50							1						1	
CG6	7,83							1					1		1
CG7	7,37			1		1					1				
CG8	7,89			1	1	1				1	1				
CG9	7,08							1						1	
CG10	7,78	1	1	1	1	1		1		1	1		1		1
CG11	7,77	1	1	1				1	1				1	1	1
CG12	6,99	1	1	1				1					1		1
CE1	7,13				1					1			1		
CE2	6,45				1					1			1		
CE3	7,17	1	1		1					1					
CE4	6,89					1		1			1			1	
CE5	N/A		1	1	1					1			1		
CE6	6,81					1	1	1			1	1		1	
CE7	6,78					1	1	1			1	1	1		1
CE8	6,91					1		1			1		1		1
CE9	7,60				1	1		1		1	1		1		1
CE10	7,20						1	1	1			1	1	1	1
CE11	7,92				1	1		1		1	1		1		1
CE12	7,89	1	1	1		1	1	1			1	1	1		1
CE13	7,89	1	1	1	1			1		1					1
CE14	7,10					1					1		1		
CE15	8,01	1	1		1	1		1		1	1		1		1
CE16	7,77	1		1		1		1			1		1	1	
CE17	7,74					1					1				
CE18	7,74	1	1	1		1		1			1			1	
CE19	7,93				1			1		1					1
CE20	7,56		1			1		1			1		1		1
CE21	7,97						1	1	1			1	1	1	1
CE22	6,58					1	1	1			1	1			1
CE23	7,95	1	1		1					1					
CE24	7,80					1	1	1			1	1	1		1
MEDIA DE LA COMPETENCIA MECES		7,7	7,7	7,6	7,5	7,4	7,3	7,4	7,5	7,5	7,4	7,3	7,4	7,4	7,5

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

MECES 2007:

- MEGE 01: desde el respeto a los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas relacionadas con dichos derechos.
- MEGE 02: desde el respeto y promoción de los Derechos Humanos y los principios de accesibilidad universal y diseño para todos de conformidad con lo dispuesto en la disposición final décima de la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de Igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas relacionadas con dichos derechos y principios
- MEGE 03: de acuerdo con los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos, y debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas relacionadas con dichos valores.
- MEGR 01: Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio;
- MEGR 02: Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio;
- MEGR 03: Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética;
- MEGR 04: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado;
- MEGR 05: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

MECES 2011:

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Obteniendo asimismo las siguientes medias:

Media MECES 2007	7,52
Media MECES 2011	7,43

Análisis de Datos y Conclusiones:

Como podemos observar la calificación media alcanzada es prácticamente la misma entre un criterio y otro (MECES 2007 y 2011) y no hay ninguna Competencia MECES con resultado por debajo de 6. Por otro lado, podemos observar que todas las competencias que persigue el Título tiene un resultado de 7 o más.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador: Dado que no hay ninguna competencia con valor inferior a 6 puntos no procede.

7.5.6 Alumnos Egresados

Análisis de Datos y Conclusiones:

Todavía no se ha cumplido el cuarto año del Título por lo que no contamos con alumnos que hayan finalizado este Título.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede.

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

7.6 Gestión de sugerencias y reclamaciones

El Proyecto de Mejora Continua en ESIC implica a todos, desde los estudiantes/participantes, profesores, empresas, personal de ESIC, proveedores, etc., es decir, a todos los grupos de interés vinculados con ESIC.

http://www.esic.edu/calidad/buzon_virtual.php

Proceso de reconocimiento y sugerencias: http://www.esic.edu/calidad/pdf/proceso_sugerencias_E.pdf

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

Resultados del buzón de sugerencias:

		2013/14	2014/15	Variación
Área Académica	Nº Sugerencias	0	0	0%
	Nº Felicitaciones	0	0	0%
	Nº Quejas	0	2	--
Área Gestión	Nº Sugerencias	0	0	0%
	Nº Felicitaciones	0	0	0%
	Nº Quejas	0	0	0%
TOTAL	Nº Sugerencias	0	0	0%
	Nº Felicitaciones	0	0	0%
	Nº Quejas	0	2	--

Fuente Unidad de Calidad ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se ha recibido dos quejas provenientes del buzón físico.

El objetivo es ofrecer un medio de comunicación abierto ininterrumpidamente a todos los grupos de interés, dónde expresar opiniones, iniciativas, propuestas de mejora, en definitiva, cualquier aspecto relacionado con ESIC y desde aquí poder dar respuesta y su explicación a cada una de ellas.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador

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

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

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

Responsables: Responsable de Calidad de Campus Valencia.

Tiempo Realización: 2015/16

Código: 2015.MEMORIA.GRCM.004

7.6.2 Acciones para la mejora de la calidad educativa

Cada año, y una vez concluido el curso, los responsables académicos tienen una reunión en la que se evalúa la información recogida en los siguientes documentos:

- Acta del Claustro de Profesores (realizada en el mes de septiembre).
- Informe Reunión delegados (normalmente en el mes de noviembre).
- Informe Reunión delegados-grupos (entre marzo y abril).
- Evaluación del profesorado (tanto la del primer como la del segundo semestre).
- Análisis anual del profesorado.
- Actas de las Comisiones de Titulación.
- Informe sobre la Satisfacción del Profesorado.

Como resultado de toda esa información se elabora el documento "Acciones de mejora de la calidad educativa" y del que se derivan acciones que se implementarán en el curso siguiente.

Dichas acciones, a modo de resumen, son las que se recogen a continuación:

- Se procede al cambio de la carga docente o sustitución de cuatro profesores. Cuando es el caso, se lleva a cabo el proceso de selección para incorporar una persona que responda al perfil estipulado.
- En algunos casos se detectan ciertos problemas relacionados con la estructura de los contenidos y/o el estilo del docente. En estos casos se llevaron a cabo una serie de reuniones para trasladar la información a las personas implicadas y se les demanda un esfuerzo para mejorar la situación.
- Cuando ha sido necesario se ha comunicado al profesorado la necesidad de agilizar la publicación de calificaciones y cumplir los plazos que en este sentido el centro tiene estipulados.

7.6.3 Seguimiento de las acciones derivadas de las sugerencias y reclamaciones

Los resultados sobre el seguimiento de las acciones de mejora implantadas a partir de la información del curso 2013-2014, han sido los siguientes:

●	Se asigna en el caso de observar una evolución positiva.	63,6%
●	Se asigna en el caso de observar una evolución parcialmente positiva.	18,2%
●	Se asigna en el caso de no observar ningún tipo de mejora.	18,2%

7.7 Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés

7.7.1 Satisfacción de los Alumnos

Satisfacción con el profesorado

Se ha buscado mejorar el nivel de respuesta de los alumnos en las Encuestas de Satisfacción, por Titulaciones y Campus, con un objetivo y un indicador de seguimiento. Se realizan 2 rondas anuales obteniéndose, en el curso 2014-2015, una media global de 7,36 para este Título (Valoración de 0 a 10 puntos).

Curso	2013/14	2014/15
1º	6,77	7,42
2º	7,72	7,10
3º	-	7,55
4º	-	-
MEDIA	7,25	7,36

Satisfacción con la titulación

Las encuestas de satisfacción sobre el programa se realizan en 2 periodos durante el Título, en 2º curso la intermedia y en 4º curso la final. El modelo utilizado para estimar la satisfacción del título está conformado por los siguientes factores: resultados del programa, estructura del programa, metodología enseñanza-aprendizaje, infraestructuras e instalaciones, acceso y atención al estudiante, organización del programa, personal docente, formación integral, y expectativas de futuro.

A continuación se presentan los resultados obtenidos en cada una de las dimensiones analizadas:

2º CURSO	GRCM
	Media
RESULTADOS DEL PROGRAMA	6,50
ESTRUCTURA DEL PROGRAMA	6,08
METODOLOGÍA ENSEÑANZA APRENDIZAJE	6,54
ORGANIZACIÓN DEL PROGRAMA	6,36
PERSONAL DOCENTE	6,71
FORMACIÓN INTEGRAL	6,45
INFRAESTRUCTURAS E INSTALACIONES	6,48
ACCESO Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTE	6,51

Análisis de Datos y Conclusiones:

Al analizar los resultados obtenidos en la edición 2014/15 del estudio observamos que las valoraciones más altas se obtienen en los factores identificados como Personal Docente y Metodologías de Enseñanza-Aprendizaje, con un 6,71 y un 6,54 sobre un máximo de 10, respectivamente. En contrapartida, la Estructura del Programa recibe la puntuación más baja con un 6,08 sobre 10.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador

Mejora: Aumentar participación en las encuestas por parte del alumnado y adecuado a los requisitos del Programa Docencia.

Causa: Baja participación del alumnado.

Acciones a Desarrollar: Acciones de comunicación y nuevo plan de encuestas bajo nueva plataforma de encuestas.

Responsables: Secretaria General (plataforma), Vicedecano de Grado.

Tiempo Realización: 2015/16

Código: 2015.MEMORIA.GRCM.005

7.7.2 Satisfacción de Egresados

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

Sin datos.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede

7.7.3 Satisfacción de Personal Docente

7.7.3.1 Satisfacción de Personal Docente Respecto de la Titulación

ESIC lanzó un plan de encuestas para la satisfacción del personal docente desde el curso 2013/14. Su lanzamiento y recepción de datos ha permitido conocer el desarrollo, cumplimiento del programa y seguimiento de la evaluación de los alumnos. Los destinatarios recibieron en formato digital el Cuestionario para recibir respuestas representativas y obtener representatividad en los resultados. La encuesta y tabulación está realizada por el Instituto de la Economía Digital - ICEMD.

De los resultados obtenidos, se destaca la siguiente información:

- El índice de participación se situó en el 85 %.
- La satisfacción media (promedio de los 15 ítems incluidos en el cuestionario) del claustro de profesores de GRCM se situó en 8,70 sobre 10.

Encuestas de Satisfacción

Se lanzaron 15 preguntas sobre el desarrollo de temario, prácticas, tutorías; sobre la asistencia y conocimientos previos de los alumnos; la accesibilidad de la documentación; los servicios de datos, el seguimiento de evaluación continua y los resultados académicos.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los ítems mejor valorados han sido el cumplimiento del temario y el desarrollo de actividades de evaluación previstas, ambas con puntuación superior a 9,2. El registro más bajo, pero con una puntuación de 8 sobre 10, corresponde a los Servicios de datos móviles (WIFI) (cobertura, facilidad de conexión, etc.).

7.7.3.2 Satisfacción de Personal Docente Respecto de las Infraestructuras e Instalaciones.

Encuestas de Satisfacción

La encuesta de valoración de las infraestructuras e instalaciones del campus de Valencia y clima laboral, se lleva a cabo a partir de un cuestionario que incluye 33 ítems que permiten estimar el nivel de satisfacción (a partir de una escala con valores comprendidos entre 1 y 10, donde 1 indica el menor grado de satisfacción posible y 10 el mayor) con aspectos referidos con: la amplitud de espacios donde

se trabaja, iluminación, climatización, servicios de voz, servicios de datos fijos, servicios de datos móviles (wi-fi), mobiliario, limpieza, salas de reuniones, servicio de cafetería, restaurante, sistema de protección y prevención de riesgos laborales, servicio de buzón de sugerencias, percepción de seguridad en el edificio, señalización e información, mantenimiento de infraestructuras, y servicio de aulas.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los resultados obtenidos revelan que la limpieza de aulas, aseos, despachos y cafetería, seguridad y mantenimiento de las instalaciones están valorados por encima de 8,2 sobre 10. Sin embargo, los ítems sobre la climatización de las aulas, la velocidad de acceso a red y la calidad de equipo de sobremesa se quedan en torno a 6,5.

7.7.4 Satisfacción de Personal No Docente

7.7.4.1 Satisfacción de Personal No Docente Respecto de la Titulación

A partir de los resultados obtenidos en la encuesta de satisfacción del personal de administración y servicios de la titulación durante el curso 2014/15, lanzada desde el ICEMD, se destaca la siguiente información:

- El índice de participación se situó en el 38 %.
- La satisfacción media (promedio de los 9 ítems incluidos en el cuestionario) del personal de administración y servicios de GRCM sobre la satisfacción de los aspectos académicos se situó en 8,78 sobre 10.

Encuestas de Satisfacción

Se ha realizado a través del *ICEMD (Instituto de la Economía Digital)*, para recoger la opinión del personal de administración y servicios de la titulación de GRCM. Se han planteado 9 ítems en los que se pregunta sobre la disponibilidad de la información, aspectos docentes necesarios para atender a los estudiantes (fechas y requisitos de matriculación, aulas, horarios, etc.), el trato con estudiantes y profesores y la gestión de procesos y recursos tecnológicos, materiales y humanos.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los ítems mejor valorados han sido los de trato con estudiantes del título, que obtiene un 9,6. Muy cercano, con un 9,2, la gestión de procesos administrativos del título y comunes con la UMH así como el trato con los profesores del título. La puntuación más baja, un 6 corresponde a Recursos materiales y tecnológicos disponibles para prestar servicios al estudiante y/o al profesorado del título.

En el informe anual de Recursos Humanos se ofrece información completa sobre estas valoraciones. Ver Informe de RRHH año 2014/15. Campus Valencia.

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-de-resultados-de-satisfaccion-del-personal-pas-y-docente-sobre-las-infraestructuras-campus-pozuelo-y-valencia.pdf>

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador

Mejora: Incrementar el índice de participación del Personal No Docente en las encuestas.

Causa: Al ser el primer año de elaboración de la encuesta, ha faltado una mejor comunicación para concienciar de la opinión del PAS sobre su contribución a la mejora del título.

Acciones a Desarrollar: Enviar previamente un comunicado desde la dirección de la Titulación.

Responsables: Director y Coordinador de la Comisión Académica de la Titulación

Tiempo Realización: 15/16

Código: 2015.MEMORIA.GRCM.006

7.7.4.2 Satisfacción de Personal No Docente Respecto de las Infraestructuras, Instalaciones y Clima laboral.

Encuestas de Satisfacción de Infraestructuras e Instalaciones:

La encuesta de valoración de las infraestructuras e instalaciones del campus de Valencia y clima laboral, se lleva a cabo a partir de un cuestionario dividido en dos partes:

En la primera de ellas, se incluyen 33 ítems que permiten estimar el nivel de satisfacción (a partir de una escala con valores comprendidos entre 1 y 10, donde 1 indica el menor grado de satisfacción posible y 10 el mayor) con aspectos referidos con: la amplitud de espacios donde se trabaja, iluminación, climatización, servicios de voz, servicios de datos fijos, servicios de datos móviles (wi-fi), mobiliario, limpieza, salas de reuniones, servicio de cafetería, restaurante, sistema de protección y prevención de riesgos laborales, servicio de buzón de sugerencias, percepción de seguridad en el edificio, señalización e información, mantenimiento de infraestructuras, y servicio de aulas.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los resultados de esta parte marcan por encima de 8,7 sobre 10 la satisfacción sobre la limpieza de zonas comunes, la mensajería, sala de reuniones, iluminación y servicios de red (Cantidad y seguridad del almacenamiento) y la amplitud de espacios de desarrollo del trabajo. En la parte menos valorada, si bien es con una puntuación de 7, se muestra el Servicio Buzón 'Danos tu opinión', la seguridad en los edificios en los que desempeña la actividad, con un 7,3 y el servicio de cafetería, con un 7,4.

Encuestas de Satisfacción de Clima Laboral:

En la segunda parte se analiza el clima laboral. Para ello se hace uso de una escala compuesta por 15 preguntas que deben valorarse con puntuaciones que van de 0 a 10. Estos ítems quedan agrupados en 3 dimensiones que hacen referencia a la calidad laboral (satisfacción con el desarrollo profesional, el salario, la relación con los mandos, la conciliación, etc.), la marca del empleador (percepción de la imagen de empresa, su reputación, el nivel de atractivo del sector de actividad, etc.) y la reputación interna (valores éticos, igualdad entre hombre y mujeres, reputación de los altos directivos, orgullo de pertenencia, etc.).

Análisis de Datos y Conclusiones:

En esta parte, destacan el orgullo de pertenencia, la importancia de la identificación de los trabajadores con el proyecto empresarial así como la importancia de las acciones de conciliación de la vida personal

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

y laboral, estos tres ítems valorados por encima de 9. No obstante, entre 6 y 6,5 se sitúan ítems como la satisfacción sobre el hecho de que las oportunidades de desarrollo sean las mismas entre hombres y mujeres, y entre personas de diferentes nacionalidades (6,2); la satisfacción del desarrollo profesional y la promoción interna así como la de percibir un salario coherente con la función desempeñada, ambos con un (6,3) y la satisfacción con las acciones de conciliación de la vida personal y laboral, con un 6,5 sobre 10.

7.7.5 Satisfacción Agentes Externos

A través de los representantes externos en las Comisiones de titulación, las evaluaciones externas realizadas por ANECA, AVAP, y evaluadores ISO, junto al Consejo Asesor de ESIC, representado por Directivos de Empresas de reconocido prestigio internacional y nacional, se realiza una revisión continuada de expertos que apoyan la calidad del programa.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Un nivel muy adecuado de seguimiento y aceptación del Título por todos los agentes externos que han participado de su análisis y seguimiento.

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador No procede.

7.7.6 Satisfacción Prácticas Profesionales

Los alumnos que han realizado la encuesta correspondiente a sus prácticas en empresa califican con un 5 la labor de coordinación tutor académico - tutor externo – estudiante.

Preguntado al tutor académico de GRCM, de forma global, su grado de satisfacción con el Dpto. de Prácticas de ESIC (la información y atención recibidas así como la gestión administrativa) los resultados obtenidos son superiores a 9 puntos sobre 10.

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

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador: No procede.

7.7.7 Satisfacción Programas de Movilidad:

En la encuesta que se realiza a los alumnos en movilidad se destacan cuatro ítems directamente relacionados con su nivel de satisfacción. En la siguiente tabla se reflejan las puntuaciones medias obtenidas en cada caso, estimadas a partir de una escala de 5 posiciones (donde 1 es la menor satisfacción posible y 5 la mayor).

	Media 2014/15
Satisfacción general con la experiencia de movilidad Erasmus?	4,3
Satisfacción con la calidad de los cursos	4,7
Satisfacción con los métodos de enseñanza	4,7
Satisfacción con el apoyo recibido en el proceso de aprendizaje	4,3

Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)
Curso Académico 2014/15
ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones: como se observa en los datos medios presentados en la tabla, el nivel de satisfacción de los alumnos en movilidad es alto (satisfacción general situada en 4,3 sobre un máximo de 5).

PROPUESTAS DE MEJORA al Indicador: No procede.

8 RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA (PRIVADAS Y OFICIALES). Grado de implantación.

ESIC solicita Evaluaciones externas con carácter voluntario/obligatorio a Organismos de Certificación o Acreditación Internacionales Oficiales o Privados. Las Evaluaciones cuentan con un proceso inicial de análisis de la documentación, con posterior auditoria presencial, y finalizan con elaboración y comunicación del Informe de Evaluación.

Como consecuencia de las Evaluaciones externas, ESIC recibe aportaciones relevantes de mejora por parte de expertos académicos y/o profesionales de la Mejora de Gestión de la Calidad. Además, ESIC recibe el reconocimiento mediante la obtención de Certificado o Acreditación del Modelo de Referencia sobre el que ha sido evaluado. (Ver apartado Certificaciones y Acreditaciones).

A continuación se detallan las solicitudes de acciones correctivas o mejoras propuestas con origen ANECA y AVAP:

INFORME DEL DISEÑO DE ANECA 2012

A continuación se desglosan las advertencias y recomendaciones y el grado de implantación de los mismos.

Criterio 4: acceso y admisión de estudiantes

- Se recomienda, con respecto al reconocimiento de la experiencia laboral, la solicitud del estudiante de un informe por escrito de su experiencia laboral especificando la/s empresa/s en las que ha desarrollado su actividad profesional y las funciones desempeñadas, con el fin de completar la información extraída de la entrevista personal.

Grado de Implantación: Se recoge dicha información en la Solicitud de Admisión.

Criterio 5: planificación de las enseñanzas

- Se recomienda incluir los resultados de aprendizaje de todas las materias/asignaturas que configuran el grado propuesto.

Grado de Implantación: Se recogerá anualmente los resultados según se especifica y se publicará y rendirá cuentas a través del Informe anual de Titulación.

Criterio 6: personal académico

- Dada la escasez de investigación que se realiza por parte del personal académico, se recomienda reducir la carga docente del profesorado para que puedan ampliar su actividad investigadora.

Grado de Implantación: Existe un Programa de Investigación gestionado desde la Dirección del Dpto. de Investigación que contempla la mayor involucración del personal docente en la investigación.

- Se ha ampliado la información relativa al personal de apoyo informático, pero se recomienda aportar el mismo nivel de información (vinculación a la universidad y su experiencia profesional, tanto en el centro propio como en el adscrito) para el resto de personal de apoyo de la universidad, por ejemplo: de la biblioteca y otros servicios generales.

Grado de Implantación: Se ofrece información sobre los servicios de apoyo al estudiante en la web del título en su apartado Infraestructuras e Instalaciones. Además se informa de los Servicios del Campus en la Guía Académica.

http://www.esic.edu/pdf/Valencia_grado_guia_2013-2014.pdf

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Criterio 10: calendario de implantación

- Aunque se indica en la memoria que la Universidad ha publicado en la información de cada uno de los Grados la equivalencia entre las asignaturas del titulación que se extingue y las asignaturas de Grado, se recomienda que se incluya en esta memoria el número de créditos asociados a las asignaturas de la licenciatura de Investigación y Técnicas de Mercado.

Grado de Implantación: Esta modificación de Memoria debe realizarla la UMH.

INFORME DE SEGUIMIENTO DE AVAP

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

A CONTINUACIÓN SE DETALLAN LAS SOLICITUDES DE ACCIONES CORRECTIVAS O MEJORAS PROPUESTAS CON ORIGEN INFORMES DE AUDITORIA INTERNA Y EXTERNA BAJO LA NORMA ISO:

- Es necesario actualizar el manual de RRHH del Campus de Valencia para ajustar a la realidad las nuevas funciones.

Grado de Implantación: Se ha enviado el documento y el organigrama.

- Es necesario revisar el Listado de registros y adaptar los responsables de registros a la realidad de las nuevas funciones.

Grado de Implantación: Se ha actualizado el documento y ya está publicado.

- A.R. ha de incluir en su ficha individual de formación el curso específico de Marketing en Internet que realizó el curso pasado.

Grado de Implantación: Hecho

- El perfil del profesor no corresponde con los requisitos descritos en el Manual de RRHH de Idiomas.

Grado de Implantación: Se ha editado nueva edición del Manual de RRHH de Idiomas.

- No se ha llevado a cabo el Diseño del curso de catalán de acuerdo con los formatos de Diseño y Control establecidos para tal fin.

Grado de Implantación: Desde Idiomas se explica que no se ha creado ningún curso ya que el material utilizado ya existe - es de una editorial. Se posee, y se adjunta, el syllabus del curso.

- No se puede evidenciar un informe de impacto de campañas para las distintas acciones comerciales.

Grado de Implantación: Se propone hacer una propuesta de informe de análisis de resultados alcanzados para que sea un esquema a seguir por área, una vez al año finalizada la campaña.

- Un alumno becado de grado, no aporta documentación que verifique su situación familiar.

Grado de Implantación: Se añade la documentación pertinente para que todos los casos queden perfectamente acreditados.

- Se recomienda que las facturas que se encargan a Administración para su pago recojan la firma de quien lo autoriza.

Grado de Implantación: Se tiene en cuenta para las próximas acciones.

http://www.esic.edu/calidad/proyectos_de_evaluacion.php

9 PROPUESTAS DE MEJORA

ESIC desarrolla proyectos de mejora para la consolidación de los niveles de calidad que hagan de nuestros participantes, personas que puedan desarrollar una vida personal y profesional de primer nivel.

Para el desarrollo de estos Proyectos colaboran participantes/estudiantes, empresas, proveedores, y personal de ESIC.

http://www.esic.edu/calidad/proyectos_de_mejora.php

9.1 Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2014/15

Mejoras por Área:

- Implantación del Grado Oficial International Business, en Valencia. Puesta en marcha del 1º curso y preparación del 2º curso.
- Solicitud a ANECA para Grado Oficial Digital Business.
- Continuación de TSDMC (Plan 2013). Puesta en marcha del 2º curso, preparación de 3º y 4º curso (Barcelona) y refuerzo en Marketing Digital.
- Funcionamiento eficaz de las Comisiones de Titulación.
- Consolidación de los Premios a la Excelencia (3ª edición).
- Fomento del espíritu emprendedor entre los alumnos.
- Mejora de la evaluación del desempeño académico y satisfacción del profesorado.

Mejoras por Título

- Atraer un mayor número de alumnos para cursar estos estudios.
Grado de Implantación: Continúa el refuerzo en la captación de candidatos en las acciones preuniversitarias y refuerzo en la campaña de comunicación.
- Implantación de un nuevo formato de guía docente (Ed.5)
Grado de Implantación: Realizado: nueva edición ajustándose a la Memoria verificada.
- Nueva web con diseño responsive y digitalización de la documentación para Premios Excelencia
Grado de Implantación: Adaptada la página, como puede observarse en: <http://www.esic.edu/premioexcelencia/> y se incluye un apartado para la digitalización de la documentación, si bien por el volumen de alumnos que cumplían requisitos y dado que la digitalización está centralizada en Madrid, la entrega de la documentación por parte de los alumnos de esta titulación se realiza físicamente.
- Aumentar el PDI Acreditados en los próximos cursos.
Grado de Implantación: Esta acción de mejora tenía una previsión de dos años por lo que se sigue perseverando en tratar de contratar personal acreditado sin contratos de exclusividad.
- Replantear la adecuación del profesorado especialmente en 1º
Grado de Implantación: Esta acción de mejora tenía una previsión de dos años por lo que la

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

Dirección académica continúa las reuniones con los profesores “fuera de indicadores” para reconducir la satisfacción de los alumnos sin menoscabo de la profundidad en los contenidos.

- Revisión de las tasas de rendimiento inferiores al 65%
Grado de Implantación: Esta acción de mejora tenía una previsión de dos años. Durante este curso se ha seguido insistiendo a los profesores en el refuerzo necesario de documentación adicional para el ajuste en los resultados de esta tasa.
- Aumentar la comunicación de la existencia del Buzón Virtual Danos tu opinión entre todos los grupos de interés del Campus.
Grado de Implantación: Los alumnos siguen formulando sus quejas, sugerencias, y felicitaciones de manera personal. En las reuniones de Delegados se sigue haciendo hincapié en la importancia de evidenciarlas.
- Aumentar participación en las encuestas por parte del alumnado y adecuado a los requisitos del Programa Docencia.
Grado de Implantación: Realizado. Se han lanzado las encuestas a través de la nueva plataforma para mejorar la participación. Los principales resultados se encuentran en el apartado 7.7.1 del presente informe.
- Lanzamiento de encuestas complementarias segmentadas por Titulación.
Grado de Implantación: Realizado: Se ha realizado encuestas a través de la nueva plataforma, diferenciadas por Título. Los principales resultados se encuentran en el apartado 7.7.1 del presente informe.

9.2 Propuestas de Mejora para el Curso Académico 2015/16

Mejoras por Área:

- Aumentar un 5% el número de alumnos en primero.
- Mejorar el Portfolio de Productos de las Titulaciones Oficiales en los Campus.
- Nuevo Modelo de Gestión en el Seguimiento y Renovación de Títulos.
- Mejora de la Empleabilidad de nuestros egresados.
- Conseguir un mayor sentido de pertenencia del profesorado.

Mejoras por Título:

- **Mejora:** Aumentar el PDI Acreditados en los próximos cursos.
- **Código:** 2014.MEMORIA.GRCM.004. Continúa vigente desde el año anterior.
- **Mejora:** Replantear la adecuación del profesorado especialmente en 1º
- **Código:** 2014.MEMORIA.GRCM.005. Continúa vigente desde el año anterior.
- **Mejora:** revisión de las tasas de rendimiento inferiores al 65%

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

- **Código:** 2014.MEMORIA.GRCM.006. Continúa vigente desde el año anterior.
- **Mejora:** continuar con el incremento en el número de alumnos para cursar estos estudios.
- **Código:** 2015.MEMORIA.GRCM.001
- **Mejora:** Implantación de un nuevo formato de guía docente (Ed.5) para el curso 2015/16
- **Código:** 2015.MEMORIA.GRCM.002
- **Mejora:** Aumentar el número de actividades extraacadémicas directamente relacionadas con la empresa para el curso 2015/16.
- **Código:** 2015.MEMORIA.GRCM.003
- **Mejora:** Aumentar la comunicación de la existencia del Buzón Virtual Danos tu opinión entre todos los grupos de interés del Campus.
- **Código:** 2015.MEMORIA.GRCM.004
- **Mejora:** Aumentar participación en las encuestas por parte del alumnado y adecuado a los requisitos del Programa Docencia.
- **Código:** 2015.MEMORIA.GRCM.005
- **Mejora:** Incrementar el índice de participación del Personal No Docente en las encuestas.
- **Código:** 2015.MEMORIA.GRCM.006

10 CUADRO DE INDICADORES

Ver información sobre indicadores en:

http://www.esic.edu/pdf/resumen_indicadores_grcm.pdf

ANEXOS

ANEXO 1: Satisfacción de los alumnos:

1.1 Encuesta para la valoración docente de Grado:

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

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

RESULTADOS DEL PROGRAMA:

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

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

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA:

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

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

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:

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

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

ORGANIZACIÓN DEL PROGRAMA:

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

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

PERSONAL DOCENTE:

Indica **tu satisfacción** del personal Docente

	Valoración
P5a. Personal Docente	

FORMACIÓN INTEGRAL: PROFESIONAL Y PERSONAL:

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

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

INFRAESTRUCTURAS E INSTALACIONES:

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

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

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

ACCESO Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTE DE ESIC:

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

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

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

P10. GÉNERO (marque con una X)	F	M
P11. EDAD		

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

1.3 Cuestionario de Satisfacción Final y Expectativas (4º)

RESULTADOS DEL PROGRAMA:

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

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

ORGANIZACIÓN DEL PROGRAMA:

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

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

ESTRUCTURA DEL PROGRAMA:

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

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

PERSONAL DOCENTE:

Indica **tu satisfacción** del personal Docente

	Valoración
P5a. Personal Docente	

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE:

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

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

FORMACIÓN INTEGRAL: PROFESIONAL Y PERSONAL:

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

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

INFRAESTRUCTURAS E INSTALACIONES:

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

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

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

ACCESO Y ATENCIÓN AL ESTUDIANTE DE ESIC:

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

	Valoración		Valoración
P8a. Actividades de acogida		P8e. Accesibilidad a la Dirección Académica	
P8b. Actividades de tutorización en el estudio del curso		P8f. Actividades de ayuda en el desarrollo del curso, de tipo administrativo, organizativo, etc.	
P8c. Actividades de orientación profesional y personal		P8g. Atención mediante canales web	
P8d. Canales para realizar felicitaciones, quejas y sugerencias			

EXPECTATIVAS DE FUTURO

Indica **lo que esperas** de la Escuela en un futuro de los servicios que se ofrecen, con los grados de **IMPORTANCIA**, de 0 a 10, nada importante a muy importante respectivamente.

	Valoración		Valoración
P9a. Servicios Formativos del Área de Postgrado		P9d. Ser miembro de la Asociación de Antiguos Alumnos de ESIC	
P9b. Servicios Formativos del Área Executive Education		P9e. Optar a Puestos de Trabajo en Empresa a través del Dpto. de Carreras Profesionales de ESIC	
P9c. Servicios Formativos del Área de Idiomas		P9f. Optar a Prácticas Externas en Empresa a través de Dpto. de Prácticas Profesionales de ESIC	
Indícanos otros servicios que esperarías de la Escuela y que no han sido reflejado anteriormente:			
P9g.		P9h.	

DATOS DEL ESTUDIANTE

P10. TÍTULO

P11. SEXO (marque con una X)

F

M

P12. EDAD

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

ANEXO 2: Satisfacción de Egresados

P1.- Año de finalización del grado:

P2.- Titulación:

P3.- Ocupación actual:

1.- Trabaja	2.- Estudia	3.- Busca trabajo	4.- Otros (PASAR A P15)
P4.- Tipo de trabajo 1.- Cuenta propia 2.- Cuenta ajena 3.- Prácticas	P9.- ¿Qué estás estudiando? 1.- Doble titulación 2.- Master 3.- Idiomas PASAR A P15	P10.- ¿Has trabajado desde que terminaste tus estudios? 1.- No (PASAR A P15) 2.- Si	
P5.- ¿Cómo accediste a tu puesto de trabajo actual? 1.- Prácticas gestionadas desde ESIC 2.- Bolsa de trabajo de ESIC 3.- MEET 4.- Otros: ____		P11.- ¿Cómo accediste al puesto de trabajo? 1.- Prácticas gestionadas desde ESIC 2.- Bolsa de trabajo de ESIC 3.- MEET 4.- Otros: ____	
P6.- ¿Se necesita la titulación para desarrollar actividad actual? 1.- Si 2.- No		P12.- ¿Se necesitaba la titulación para desarrollar actividad del puesto? 1.- Si 2.- No	
P7.- ¿Hasta qué punto estas utilizando conocimientos y competencias adquiridas con tus estudios de grado? 4.- Mucho 3.- Bastante 2.- Poco 1.- Nada		P13.- ¿Hasta qué punto utilizaste conocimientos y competencias adquiridas con tus estudios de grado? 4.- Mucho 3.- Bastante 2.- Poco 1.- Nada	
P8 ¿En qué empresa estás trabajando? PASAR A P15		P14 ¿En qué empresa estuviste trabajando? PASAR A P15	
P15.- Considerando una escala de 0 a 10 puntos, ¿podrías indicar cuál es tu grado de satisfacción con la preparación que conseguiste al cursar tu grado en ESIC? <div style="text-align: center;">0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</div>			

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

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



Hola,

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

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

[ACCEDER A LA ENCUESTA](#)

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

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

Agradecemos de antemano tu colaboración.

Un saludo.

© ESIC | Business & Marketing School Madrid: Avd. Valderigrales, s/n 28223 Pozuelo de Alarcón. Tel. [914.524.100](tel:914.524.100)

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School



Valoración sobre el Proceso De Evaluación De Docencia 2015

Inicio Valoraciones generales de satisfacción

Hola.

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

Toda la información recogida será tratada confidencialmente.

Siguiente

Encuesta



Valoración sobre el Proceso De Evaluación De Docencia 2015

Inicio Valoraciones generales de satisfacción

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

Fase de Convocatoria (Publicación)

1. Comunicación recibida:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

2. Contenidos sobre la Convocatoria:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Fase de Formación

3. Convocatoria:

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

4. Desarrollo de la Formación:

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

5. Utilidad de la Formación:

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

Fase de Autoevaluación del Profesor

6. Tiempos de realización:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

7. Documentación utilizada:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

8. Objetividad en la Autoevaluación del Profesor:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

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

Fase de Evaluación de los Directores Académicos

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Fase de Resultados y Alegaciones

16. Tiempos de realización:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

17. Documentación utilizada (informes):

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

18. Objetividad del Resultado final:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

19. En caso de alegaciones:

19.1 Tiempo de realización:

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

19.2 Objetividad del resultado de las alegaciones:

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

Atención recibida

22. Directores Académicos:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

23. Comisión de Valoración:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

24. Oficina Técnica Docente:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

25. Director General (en caso de alegaciones):

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

Expectativas de Futuro

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

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

Sugerencias...

Enviar

Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)
Curso Académico 2014/15
ESIC Business & Marketing School

ANEXO 4: Satisfacción del PDI sobre la Titulación.

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

Informe Anual de la Titulación Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM) Curso Académico 2014/15 ESIC Business & Marketing School

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

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

Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)
Curso Académico 2014/15
ESIC Business & Marketing School

ANEXO 6: Satisfacción del PAS sobre la Titulación.

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

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

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

Percibir un salario coherente con la función desempeñada.(Importancia)

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

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

ANEXO 8: Satisfacción de Prácticas Profesionales

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

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

8.2 Evaluación del tutor académico con los programas de prácticas externas

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

8.3 Evaluación del alumno con los programas de prácticas externas

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

Informe Anual de la Titulación

Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)

Curso Académico 2014/15

ESIC Business & Marketing School

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

Informe Anual de la Titulación
Grado Oficial en Gestión Comercial y Marketing (GRCM)
Curso Académico 2014/15
ESIC Business & Marketing School

Sugerencias para la mejora de la actividad del tutor interno:
Sugerencias para la mejora de la actividad del tutor externo:
Indica qué competencias crees haber adquirido durante el desarrollo de las prácticas:
Sugerencias para mejorar el proceso general de los programas de prácticas:

ANEXO 9: Satisfacción programas de movilidad

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