



ESIC Business & Marketing School

INFORME ANUAL DE TITULACIÓN
Máster Universitario en Dirección de
Marketing y Ventas
CURSO ACADÉMICO 2012/13
Comisión de Titulación
CAMPUS VALENCIA

Fecha
1ª Edición 03/03/2014
2ª Revisión 13 /05/2014

Contenido del Informe

1	OBJETIVO DEL INFORME	4
2	PARA LA SOCIEDAD Y EL FUTURO ESTUDIANTE.....	5
2.1	Información previa a la matrícula.....	5
2.2	Requisitos previos para el estudiante:.....	5
2.3	Características del plan de estudios:	6
2.4	Justificación del título.....	6
2.5	Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos.....	7
2.6	Atribuciones profesionales del título.....	7
2.7	Competencias que caracterizan el título.	7
2.8	Perfil de Ingreso y Egresado	8
2.9	Datos de Matrícula.....	9
2.9.1	Plazas de nuevo ingreso ofertadas.....	9
2.9.2	Número de alumnos matriculados y bajas.....	9
2.9.3	Matriculados en el 100% de créditos sobre total de los matriculados en ese curso	9
3	PARA EL ESTUDIANTE.....	10
3.1	Guías docentes.....	10
3.2	Planificación temporal del despliegue del plan de estudios.	10
3.2.1	Cambios introducidos en el Plan de Estudios (Mejoras implantadas).....	10
3.2.2	Mejoras implantadas en el curso académico.....	12
3.2.3	Grado de cumplimiento.....	12
3.3	Información relativa a la extinción del plan antiguo.....	12
3.4	Programas de movilidad	12
3.5	Orientación Profesional de la Titulación	13
3.6	Prácticas Profesionales	14
3.7	Inserción laboral de los egresados.....	15
4	PROFESORADO	17
4.1	Categoría del Profesorado.....	17
4.2	Actividad investigadora	18
4.3	Calidad del Profesorado	19
5	OTROS RECURSOS	19
5.1	Recursos físicos	19
5.2	Recursos humanos (PAS).....	20
6	MEMORIA DE ACTIVIDADES.....	21

Informe Anual de la Titulación
Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas
Curso Académico 2012/13
ESIC Business & Marketing School

6.1	Actividades desarrolladas	21
7	GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD EN LA TITULACIÓN	22
7.1	Procedimientos (Mapa de Procesos)	22
7.2	Políticas	23
7.3	Comité Académico de Titulación	23
7.4	Reuniones otros equipos.....	24
7.5	Evaluación del Aprendizaje	26
7.6	Gestión de sugerencias y reclamaciones	26
7.7	Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés	27
7.7.1	Satisfacción de los Alumnos	27
7.7.2	Satisfacción de Egresados	27
7.7.3	Satisfacción de Personal Docente	28
7.7.4	Satisfacción de Personal No Docente	28
7.7.5	Satisfacción Agentes Externos	29
7.7.6	Satisfacción Prácticas Profesionales	29
8	RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA (PRIVADAS Y OFICIALES). GRADO DE IMPLANTACIÓN.	31
9	PROPUESTAS DE MEJORA	35
9.1	Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2012/2013.....	35
9.2	Mejoras propuestas para el Curso Académico 2013/2014	35
10	CUADRO DE INDICADORES.....	36

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 propuesta 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 Decanato propondrá los Objetivos Académicos para la Titulación para el siguiente curso académico, que se verán reflejados en el apartado final de dicho Informe, 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 la evidencia de la gestión académica llevada a cabo en el Área de 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/present/docs/enqa_criteriosydirectrices_261005.pdf)

2 PARA LA SOCIEDAD Y EL FUTURO ESTUDIANTE

2.1 Información previa a la matrícula

Para acceder a las enseñanzas oficiales de Master será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de máster.

Así mismo, podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de Máster.

<http://www.esic.edu/es/master-universitario-marketing/> Requisitos, admisión y matrícula / Requisitos de acceso al Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas

2.2 Requisitos previos para el estudiante

Al tratarse de estudios de carácter oficial, el alumno deberá realizar la preinscripción para el Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas según determina cada año la Consellería de Educación de la Comunidad Valenciana y atenerse a las normas y plazos que indica la misma.

Ficha de Preinscripción: <http://www.esic.edu/pdf/preinscripcion.pdf> Apartado Admisión

En el proceso de selección de candidatos se tendrá en cuenta en primer lugar el expediente académico así como la idoneidad de su perfil y en segundo lugar el grado de prácticas y la experiencia laboral.

Las fases del proceso de selección serán las siguientes:

- Presentar el cuaderno de solicitud debidamente cumplimentado.
- Realizar una entrevista personal con la dirección del Programa.
- Ajustarse a pruebas específicas relacionadas con las materias del Programa.

Una vez realizado este proceso, el Comité de Admisiones evaluará todos los datos y comunicará su dictamen al interesado.

Proceso de Admisión: http://www.esic.edu/pdf/proceso_admision_master_universitario.pdf

Informe Anual de la Titulación

Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

Vía de Acceso al Primer curso de los estudios:

	2011/12	2012/13	% variación
Nº alumnos con Titulación Superior	9	15	66,6%
Ramas de procedencia - Sociales	100%	100%	0%
Procedencia del Título superior - Nacional	77,77%	86,66%	11,43%

Fuente Secretaría de Postgrado Valencia

Análisis de Datos y Conclusiones:

Como fija ESIC en sus requisitos de acceso, para acceder a las enseñanzas oficiales de Master será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de máster, por lo tanto el 100% de los alumnos que se inscribieron en el 12/13 estaban en posesión del mismo.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

2.3 Características del plan de estudios

Número de matriculados según Plan de Estudios

	2011/12	2012/13	% variación
Total alumnos matriculados en el título	9	15	66%
Total de alumnos matriculados del 100% de créditos	9	15	66%

Fuente Secretaría de Postgrado Valencia

Análisis de Datos y Conclusiones:

El Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas ayuda a obtener algunas de las competencias que harán al profesional destacar en su puesto de trabajo, dentro de un mercado laboral cada vez más exigente, demandante de profesionales con mayor formación y habilidades directivas. El porcentaje de paro en España de personas con estudios de postgrado se reduce hasta el 8%, de ahí el aumento del 66% obtenido este año.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

2.4 Justificación del título

El Criterio 2 de VERIFICA, justifica, en función de la demanda de trabajadores especializados en este ámbito, la razón de la existencia de demanda de estos estudios y por tanto al aprobación de la titulación.

Nuestra Escuela, como centro privado de enseñanza superior "Centro de Gestión Comercial y Marketing (ESIC-Valencia)" fue adscrito a la Universidad "Miguel Hernández" de Elche por Decreto del Gobierno Valenciano 154/1999, de 17 de septiembre (DOGV del 28).

Informe Anual de la Titulación

Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

Relación Oferta-Demanda de la Titulación

	2011/12	2012/13	% variación
Plazas Ofertadas (A)	35	35	0%
Plazas Demandadas (B)	9	15	66%
Ratio: Relación B/A	26%	43%	

Fuente Secretaría de Postgrado Valencia

Análisis de Datos y Conclusiones:

ESIC Valencia ha mantenido en 35 el número de plazas ofertadas en ambos años y cuyo incremento en la demanda puede explicarse por la situación del mercado laboral. Sin embargo no se prevé que el aumento del 66% de este año comprometa la matrícula en años venideros por falta de plazas. En cualquier caso, se vigilará por si fuera pertinente tomar medidas

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

2.5 Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos.

Los alumnos del Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas que deseen convalidar o adaptar materias 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 en el siguiente enlace:

<http://estudios.umh.es/grados/reconocimiento-y-transferencia-de-creditos/>

<http://www.esic.edu/es/master-universitario-marketing/> Información Académica / Reconocimiento de créditos

	2011/12	2012/13	% variación
Nº Reconocimientos y solicitud de transferencia de créditos	0	0	0%
Nº Solicitudes de Convalidación de Materias	0	0	0%
Nº Reclamaciones a Solicitudes de Convalidación de Materias	0	0	0%

Fuente Secretaría de Postgrado Valencia

Análisis de Datos y Conclusiones:

Al no recibir alumnos que estuviesen cursando este mismo Máster de otras universidades, no se ha requerido gestión de reconocimiento de créditos ni convalidaciones de materias.

Propuestas de Mejora al Indicador

No procede.

2.6 Atribuciones profesionales del título.

No procede para el Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas.

2.7 Competencias que caracterizan el título.

Las competencias que para el Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas vienen declaradas en el Plan de estudios de esta titulación y cada módulo del máster se ajustan a la consecución de los conocimientos necesarios para su adquisición.

Informe Anual de la Titulación

Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

<http://www.esic.edu/es/master-universitario-marketing>

En Apartado: Información Académica / Competencias

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 los Syllabus de las materias. Dado el cambio de Memoria previsto 2013, se espera una revisión de competencias según materias.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede

2.8 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/masteres-y-doctorado/listado-de-masteres/> La edad media del estudiante de este máster es de 26 años, siendo el año pasado de 25. La mayor parte de los estudiantes provienen de la Comunidad Valenciana.

<http://www.esic.edu/es/master-universitario-marketing/> Perfil del alumno de la titulación / Perfil de entrada

Perfil de ingreso *

	2011/12	2012/13	% variación
Alumnos de nuevo ingreso: Mujeres	44%	67%	52,27%
Alumnos de nuevo ingreso: Hombres	56%	33%	-41,07%
Alumnos de nuevo ingreso: Extranjeros	22,2%	13,3%	-40,09%

Fuente Secretaría de Postgrado Valencia

Perfil de salida *

La edad media del alumno graduado en este master es de 26 años, siendo la mayoría de la Comunidad Valenciana y costeándose el Máster con financiación familiar.

Una vez finalizado el Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas, los participantes están plenamente capacitados para montar su propia empresa y tomar decisiones directivas, dentro de las diferentes áreas de la empresa.

Para más información sobre las áreas donde terminan trabajando nuestros alumnos: <http://www.esic.edu/es/master-universitario-marketing/>
Apartado: Perfil del alumno de la titulación

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los porcentajes de hombres y mujeres matriculados en el este Máster han dado un vuelco respecto al total, debido en gran parte al aumento de nuevas inscripciones por parte de las mujeres.

Del mismo modo el número de alumnos extranjeros se ha mantenido en el mismo número siendo 2 cada año, aunque en datos globales si se nota una reducción al aumentar el número total de alumnos.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

2.9 Datos de Matrícula

2.9.1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas

Desde ESIC Valencia se ha mantenido el número de plazas ofertadas en el año 2012/2013 respecto al año anterior, esto es debido a que en el primero de los años no se cubrieron más que el 36% de las plazas y se sabía que aunque la variación en cuanto a las nuevas matriculaciones alcanzase crecimientos de más del 60% como finalmente fue, con las 25 plazas ofertadas se podría cubrir sobradamente la demanda.

Plazas de nuevo ingreso ofertadas

	2011/12	2012/13	% variación
Número de plazas de Nuevo Ingreso ofertadas	35	35	0%
Número de matriculaciones de Nuevo Ingreso	9	15	66%
Tasa de Cobertura: %Matriculados/plazas ofertadas	26%	43%	

2.9.2 Número de alumnos matriculados y bajas

	2011/12	2012/13	% Variación
Total Nuevos Matriculados	9	15	66%
Bajas (Total de todos los cursos)	0	0	0%
TOTAL	9	15	

Análisis de Datos y Conclusiones:

Mantener el porcentaje de bajas es un dato representativo, ya que sí que aumentó en gran medida el de nuevas matriculaciones, demostrando así que ESIC cumplió con las expectativas de los nuevos alumnos.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

2.9.3 Matriculados en el 100% de créditos sobre total de los matriculados en ese curso

	2011/12	2012/13	% Variación
Matriculados según Plan de Estudios en el 100% del nº créditos	9	15	66%
TOTAL	9	15	66%

Fuente Secretaría de Postgrado Valencia

Análisis de Datos y Conclusiones:

El 100% de los alumnos matriculados en ambos cursos han sido matriculados en el 100% de créditos ya que lo habitual es inscribirse y realizar todo el programa en el mismo curso-académico. La mayoría de alumnos que se matriculan lo hacen compaginándolo con su actividad laboral, y es por esto que prefieren hacer un esfuerzo no alargándolo más de un año.

Propuestas de Mejoras al Indicador No procede.

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.

Podríamos acceder a las guías docentes de las materias siguiendo la siguiente ruta:

<http://www.esic.edu/es/master-universitario-marketing/>

Apartado: Información Académica / Plan de estudios

Las guías docentes se han actualizado al finalización del curso 12/13 con el nuevo formato de guía docente Ed.2 que incorpora información de Evaluación según Competencias.

Análisis de Datos y Conclusiones:

El 100% de las guías docentes están publicadas en la página web de la Universidad y son visibles a todo el público interesado en las mismas. Dichas guías cumplen la normativa fijada.

Propuestas de Mejora al Indicador:

Mejora: Implantación de un nuevo formato de guía docente (Ed.3)

Causa: Guía en donde las materias se evalúan en un sistema por competencias de tal forma que se pueda medir los resultados de aprendizaje por competencia. Además se revisa que los contenidos se ajustan a la nueva Memoria verificada 2013.

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

Responsables: Vicedecano de Postgrado ESIC; Director Postgrado ESIC-Valencia y Miembros de la Comisión de la Titulación

Tiempo Realización: 2013.MEMORIA.MKV.001

3.2 Planificación temporal del despliegue del plan de estudios.

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

El Máster propuesto mantiene los contenidos formativos del que con esta misma denominación se ha verificado por el procedimiento abreviado (última modificación 2007). Se modifican las competencias y se adaptan a las recomendaciones hechas por ANECA en otros títulos de Máster aprobados con posterioridad a este. Cabe recordar que tanto en la memoria inicial como en el anexo de modificaciones no sustanciales, las competencias no se trataban de la misma manera que se ha venido realizando posteriormente. Se trata pues de adaptar la memoria a la terminología actual.

Se define quienes conforman el Comité de admisiones.

La modificación del plan de estudios, fruto de una adaptación a la nueva realidad digital y la reasignación de créditos para reconocer el trabajo del alumno fuera del aula, no suponen ningún cambio en los contenidos, ya que existe un reconocimiento de todos los temas tratados en el Máster hasta la actualidad. Esta reestructuración supone un mayor trabajo del alumno para superar las materias fuera del aula, lo que se reconoce en un mayor número de créditos. Este incremento se realiza en detrimento del periodo de prácticas que se establece en 450 horas (18 créditos), que entendemos que es suficiente para la obtención de las competencias perseguidas.

Al haberse redefinido las competencias, se han modificado los cruces de las mismas. Únicamente se ha procedido a introducir dentro de las materias de Desarrollo estratégico de Marketing y Comunicación en Marketing, los contenidos digitales antes apuntados. Las materias del plan anterior Marketing Operativo, La Comunicación y las Habilidades de Dirección en Marketing y Ventas y, La Dirección, Gestión y Finanzas en Marketing y Ventas, se desdoblan en dos materias cada una, pero no hay modificación en su contenido.

El personal sufre la variación lógica fruto de jubilaciones, profesores que en estos años han pasado a ser doctores y alguna baja fruto de la evolución normal del programa. En cualquier caso se cuenta con un Claustro de Profesores para este programa compuesto por 17 Doctores, 12 Licenciados y 2 Ingenieros, sobre los que recaen la totalidad de las materias en la figura de un/a Doctor/a. (Ver apartado 4. PROFESORADO)

Análisis de Datos y Conclusiones:

La modificación de las competencias se adaptan a las recomendaciones hechas por ANECA y los cambios en el plan de estudios son debidos a una nueva realidad digital, los cuales no han supuesto ninguna modificación en los contenidos, salvo el refuerzo de contenidos relacionados con Marketing en internet y estrategias de ventas en el entorno digital, por su creciente presencia desde el inicio de impartición del Máster hasta la actualidad.

En definitiva, el máster se ha actualizado y adaptado a los Reales Decretos 1393/2007 y 861/2010.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Revisión de la memoria para la aprobación de la ANECA en el programa Monitor.

Causa: Cambios propuestos por ANECA

Acciones a Desarrollar: Análisis de la memoria

Responsables: Vicedecano de Postgrado ESIC; Director Postgrado ESIC-Valencia y Miembros de la Comisión de la Titulación

Tiempo Realización: 2013

Código: 2013.MEMORIA.MKV.002

3.2.2 Mejoras implantadas en el curso académico

A continuación se listan las mejoras identificadas en los bloques de procesos de la Cadena de Valora del Área de Postgrado, y que han aplicado al Master. Dichas mejoras fueron identificadas a través del proceso de auditoría interna de Marzo 2013.

	2012/13
2. Mejoras Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado	0
3. Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Formativo y Complementario	3
4. Mejoras Procesos de Apoyo-Prestación del servicio	1
Total Mejoras Cursos Académico	4

Fuente Unidad de Calidad

3.2.3 Grado de cumplimiento

	2012/13
Mejoras Propuestas año anterior e implantadas	1

Fuente Unidad de Calidad

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se mejora el **procedimiento de documentaciones** del profesor al alumno para este año, a través del canal de la Intranet. También, se mejora el **procedimiento de gestión de prácticas** debido a la implantación de la plataforma informática que se desarrolla en el Campus Madrid.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

3.3 Información relativa a la extinción del plan antiguo.

No procede.

Análisis de Datos y Conclusiones:

No se tienen alumnos de Plan Antiguo de ninguna titulación a extinguir de este título.

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.

Durante el curso 2011/2012 no ha habido ninguna movilidad de alumnos del Programa Master debido a que no existen hasta la fecha Convenios que lo permitan.

Análisis de Datos y Conclusiones:

No se tienen alumnos en movilidad para el Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas al no existir hasta la fecha convenios de movilidad para dicho Master.

Informe Anual de la Titulación

Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

Los convenios firmados están vigentes para títulos de grado y no postgrado, pero se prevé que propiciado por la renovación de los convenios bajo el nuevo marco de Movilidad ErasmusPlus, se formalizarán convenios a partir del curso 2013/14 de erasmus que aplicarán tanto grado como máster.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Disponer de Convenios de Movilidad para la Titulación de Postgrado

Causa: Favorecer la Movilidad

Acciones a Desarrollar: Renovación de los convenios bajo el nuevo marco de Movilidad ErasmusPlus.

Responsables: Vicedecano de Postgrado ESIC; Director Postgrado ESIC-Valencia y Miembros de la Comisión de la Titulación

Tiempo Realización: Se formalizarán convenios a partir del curso 2013/14 de erasmus que aplicarán tanto grado como máster. 2013.MEMORIA.MKV.005

3.5 Orientación Profesional de la Titulación

ESIC pone a disposición de sus grupos de interés los resultados del informe de **Orientación Profesional de Postgrado 12/13** en el siguiente enlace:

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-de-resultados-orientacion-profesional-postgrado-20122013.pdf>

Las mejoras que se propusieron para el curso 2012-2013 fueron las siguientes:

- Seguir profundizando en las mejoras necesarias para que todos los conocimientos y herramientas que ayudan en la orientación sean cada vez más eficaces y logren sus objetivos con los alumnos.
- Redefinir las necesidades de empleabilidad, en una situación económica grave, para que a través de los departamentos implicados con la empleabilidad de los alumnos de postgrado, académicos y servicios de práctica y empleo, sea cada vez mayor y el índice de colocación y desarrollo sea cada vez más alto.

Valoraciones recogidas sobre la **satisfacción de alumnos 2011/2012 y 2012/13 respecto a cuestiones de orientación profesional:**

	Curso	2011/12	2012/13	%Variación
Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas. (Valencia) (MKV)	Despertar inquietudes emprendedoras	7,64	7	-8,3%
	Nivel de aportación de experiencia profesional del docente	7,45	8	7,38%
	Formación en habilidades de Gestión Directiva	7,36	7.75	5,29%
	Actividades de orientación profesional y personal	7,27	6.5	-10,59%
	Optar a puestos de trabajo a través de ESIC	8,8	7.38	-16,13%

Fuente Unidad de Calidad

Informe Anual de la Titulación

Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

La Orientación Profesional es de vital importancia en todos los programas de ESIC de tal forma que permita una mayor cercanía del aprendizaje de materias a la realidad empresarial. Observamos en las encuestas de valoración de los alumnos que los niveles son siempre entorno a 6 y 8 puntos (valoración hasta 10 puntos) por lo que se encuentra en niveles adecuados. A pesar de ello en las valoraciones de este último curso se percibe una bajada casi general de medio punto en todos los items.

Propuestas de Mejora al Indicador:

Mejora: Conseguir mayor apoyo al estudiante desde los departamentos de prácticas y carreras profesionales y colaborar con el departamento de emprendedores.

Causa: Infundir en los alumnos el emprendimiento como otra forma de empleo y ayudarles, si fuese el caso, a poner en marcha sus empresas.

Acciones a Desarrollar: Buscar mayor implicación de las áreas afectadas, en las decisiones académicas.

Responsables: Vicedecano de Postgrado ESIC; Director Postgrado ESIC-Valencia; Miembros de la Comisión de la Titulación y Directores de Áreas implicadas (Prácticas y Carreras; Emprendimiento; etc).

Tiempo Realización: 2013/2014

Código: 2013.MEMORIA.MKV.003

3.6 Prácticas Profesionales

ESIC, cuenta en su campus de Valencia con un Departamento de Prácticas en Empresa, que gestionan las prácticas de los alumnos. En la actualidad ESIC cuenta con convenios de prácticas en vigor con 531 empresas que puedes conocer en el siguiente enlace: [“Convenios empresariales”](#)

<http://www.esic.edu/es/master-universitario-marketing/> Apartado: Prácticas profesionales

DATOS SOBRE PRÁCTICAS PROFESIONALES DE ALUMNOS DEL MASTER

	2011/12	2012/13	% variación
Nº Alumnos en prácticas No Obligatorias durante el curso académico	4	3	-25%
Nº Alumnos en prácticas Obligatorias durante el curso académico	9	15	67%
Nota media prácticas	7,02	8,97	27,7%
Total Alumnos en Prácticas	9	15	0%

Fuente Dpto. Prácticas Profesionales Valencia

Análisis de Datos y Conclusiones:

La variación total sobre prácticas ha aumentado en un 40%. Este resultado se consiguió debido al aumento en un 83% de las prácticas obligatorias y a pesar de la reducción en un 25% de las no obligatorias. Es importante reflejar la mejora sobre la nota final de las prácticas, subiendo cerca de un 28% sobre el año anterior hasta alcanzar una nota media de casi 9.

Este aumento viene reflejado principalmente por el número de alumnos matriculados en el último año, al haber crecido el número de matriculaciones, a finales de año han aumentado el de las prácticas curriculares. En ambos años más del 93% de los alumnos cursaron prácticas en un momento en el que el mundo laboral, es complejo.

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 es analizada y seguida por la Comisión de Titulación.

La información pública sobre el Dpto. de Carreras profesionales se encuentra en:

<http://www.esic.edu/postgrado/bolsa-trabajo/>

Podemos ver sus actividades más significativas para el título en la web:

<http://www.esic.edu/es/master-universitario-marketing/>

Apartado Atención al antiguo alumno / Carreras profesionales

Los resultados sobre la Encuesta de Inserción Laboral están previstos para el curso 2013/2014.

Los nombramientos alcanzados por los egresados del Título en el curso 2011/2012 (fuente de información de los datos por el Dpto. Carreras Profesionales) han sido:

Egresado.1

- Empresa: CONVERSIA CONSULTING GROUP
- Nuevo Puesto: Jefe de Ventas

Informe Anual de la Titulación

Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

Egresado.2

- Empresa: J.GARCÍA CARRIÓN
- Nuevo Puesto: Comercial Junior

Egresado.3

- Empresa: SOCOVAL GRUPO MOSA
- Nuevo Puesto: Adjunto Gerencia & Ventas

Egresado.4

- Empresa: SMURFIT KAPPA ESPAÑA
- Nuevo Puesto: Internal Business Coordinator

Egresado.5

- Empresa: PROYECSON
- Nuevo Puesto: Export Assistant

Egresado.6

- Empresa: SAN CRISTÓBAL CENTROS EDUCATIVOS.
- Nuevo Puesto: Director de Marketing

Egresado.7

- Empresa: COLEGIO CUMBRES
- Puesto: Responsable de Comunicación

Egresado.8

- Empresa: COMELIT GROUP
- Nuevo Puesto: Jefe de Ventas Levante-Sur

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se puede concluir que existe un numeroso grado de egresados que consiguen puesto intermedios de responsabilidad, en el área de Marketing y Ventas principalmente. La mayoría de los egresados según nombramientos trabaja en la comunidad valenciana.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Poner en marcha una plataforma de encuestas para la Inserción Laboral el año 2013/2014 y recibir mediante ésta el primer informe de inserción laboral de egresados con este sistema.

Causa: Mejorar el seguimiento de la actividad

Acciones a Desarrollar: Reuniones de las áreas implicadas para la puesta en marcha

Responsables: Vicedecano de Postgrado ESIC; Director Postgrado ESIC-Valencia; Miembros de la Comisión de la Titulación y Directores de Áreas implicadas (Marketing y Calidad)

Tiempo Realización: 2013/2014

Código: 2013.MEMORIA.MKV.004

4 PROFESORADO

Puede visualizarse el claustro de profesores en el siguiente enlace:

<http://www.esic.edu/es/master-universitario-marketing/>

Apartado Información Académica / Profesorado

4.1 Categoría del Profesorado.

Para el normal desarrollo del programa del Master se suponía un Claustro de Profesores compuesto de 13 Doctores, 22 Licenciados y 2 Ingenieros como se refleja en la memoria.

Los datos pertenecientes al profesorado en el Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas de Valencia son:

Perfil Profesorado

	2011/12	2012/13	% variación
Total Profesores de la Titulación	42	41	-2,3%
Licenciados/Ingenieros	27	27	0%
Doctores	15	14	-7%

Fuente Dirección Académica Postgrado Valencia

	2011/2012	2012/2013
Horas doctores	183	177
Horas no doctores	231	225
% horas doctores	44%	44%
% horas no doctores	56%	56%

Fuente Dirección Académica Postgrado Valencia

Análisis de Datos y Conclusiones:

Aunque el número de doctores suponga un 35% del claustro, el número de horas que estos doctores imparten en el Título están cercanas al 45%.

Se mantiene un número adecuado de profesores y se asegura la continuidad de aquellos que son doctores por lo que se mantiene en unos niveles de profesorado adecuados al perfil establecido.

Propuestas de Mejora al Indicador

Mejora: Aumentar el PDI en los próximos cursos.

Causa: Ha existido dificultades en la contratación el Personal PDI

Acciones a Desarrollar: Contratación de Personal PDI

Responsables: Vicedecano de Postgrado y Director Académico de Postgrado Valencia

Tiempo Realización: 13/14 y 14/15

Código: 2013.MEMORIA.MKV.005

4.2 Actividad investigadora

Se podrá ver mayor detalle de la investigación del año 2012/2013 en la Memoria de Investigación:
http://www.esic.edu/pdf/memoria_investigacion_2012-2013_new.pdf

Los Proyectos de Innovación y Mejora Docente por parte del profesorado de ESIC Valencia son:

DATOS DEL PROFESORADO DE ESIC

	2011/12	2012/13	% variación
Nº Notas Técnicas Publicadas	7	7	0%
Nº Libros de texto/prácticas publicados	6	6	0%
Nº Casos de Estudio	4	4	0%
Colaboración con proyectos institucionales de Innovación y Mejora Docente	0	0	0%

Fuente Dirección Académica Postgrado Valencia

A continuación se listan los datos referentes a la Investigación del profesorado:

	2011/12	2012/13	% variación
Nº artículos publicados en Revistas científicas Nacionales	6	6	0%
Nº artículos publicados en Revistas científicas Internacionales	5	5	0%
Nº Comunicaciones en Congresos Nacionales	11	11	0%
Nº Comunicaciones en Congresos Internacionales	4	4	0%
Nº Proyectos de Investigación Aprobados	10	10	0%

Fuente Dirección Académica Postgrado Valencia

Análisis de Datos y Conclusiones:

El número total de los proyectos de investigación y mejora, junto al de comunicaciones y artículos no ha sufrido variación alguna del año 2011/12 al 2012/13. Esto es debido a que el objetivo que se fijó fue la consecución de los mismos números que el año anterior.

La labor del departamento de Investigación en ESIC continúa facilitando y apoyando a los profesores en su actividad investigadora.

Para conseguir una integración adecuada es necesario que como Universidad (como investigadores) estemos cerca de la empresa y de la sociedad, trabajando con ella, formando a sus futuros capitales humanos.

Propuestas de Mejora al Indicador En el año 2013 se constituyó un nuevo Grupo de Investigación en Marketing de Empresas Turísticas (Inmetur) en el que participan profesores de la titulación. De esta manera se espera que las publicaciones de los profesores vayan aumentando progresivamente.

Este grupo de investigación nace centrado en el sector turístico aunque ha abordado asimismo trabajos e investigaciones en otros sectores. Pertenece como Grupo de Investigación a ESIC Business and Marketing School Valencia. Este equipo de investigación 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. Inmetur está formado por docentes-investigadores, concededores de proyectos europeos y con perfiles interdisciplinares que se complementan. Todos los miembros del equipo han trabajado en empresas en diferentes puestos de responsabilidad/dirección y en diferentes sectores, son docentes universitarios e investigadores. De los siete componentes, cinco son doctores, una investigadora finalizando la tesis doctoral y una investigadora que a medio plazo comenzará su doctorado.

Mejora: Poner en marcha e impulsar nuevos proyectos de Investigación

Causa: Mejorar el ratio de investigación de ESIC conectando: sociedad-Universidad-Empresa

Acciones a Desarrollar: Acciones de promoción de Proyectos de Investigación

Responsables: Vicedecano de Postgrado ESIC; Director Postgrado ESIC-Valencia; Miembros de la Comisión de la Titulación, Director de Investigación de ESIC y Profesores

Tiempo Realización: 2013/2014

Código: 2013.MEMORIA.MKV.006

4.3 Calidad del Profesorado

A continuación se muestran los ratios pertenecientes a ESIC Valencia en cuanto a profesores, alumnos y publicaciones.

		2011/12	2012/13	% variación
Curso	Ratio			
Postgrado	Ratio Profesores/Alumno	4,7	2,7	-42,55%
Postgrado	Ratio Doctores/Alumno	1,7	1	-41,17%
Postgrado	Ratio Publicaciones (libros, cuadernos doc, etc.)/Profesor	0.3	0.3	0%
Postgrado	Ratio Proyectos Investigación/ Profesor	0.2	0.2	0%

Fuente Dirección Académica Postgrado Valencia

Análisis de Datos y Conclusiones:

Los datos en publicaciones nos muestran que uno de cada tres profesores está escribiendo publicaciones o lanzando proyectos de investigación.

ESIC cumple con unos ratios adecuados en lo referente al número de publicaciones o proyectos de investigación presentados y unos excelentes datos en lo referente al número de profesores y profesores con doctorado respecto al número de alumnos para el Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas de Valencia. Existe una disminución en el ratio profesorado/alumnado debido al aumento de alumnos matriculados en el grupo en el curso 2012/2013, pero manteniendo un nivel muy adecuado.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

5 OTROS RECURSOS

5.1 Recursos físicos

Ver Informe de Infraestructuras año 2012/2013. Campus Valencia.

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

Resultados más representativos del Campus:

	M2 totales	AULAS	SALAS	ORDENADORES	SALA CONF.	M2 construidos
VALENCIA	9000	22	10	130	2	9000

- **Mejora de las Instalaciones del Campus 2012/2013:**

Se han llevado a cabo en el periodo 2012/13, labores de mantenimiento en el edificio y recinto del edificio, tales como:

- Adquisición de Mobiliario.
- Una pantalla de comunicación dinámica.
- Adquisición de locales de idiomas
- Reforma del Salón de Actos

- **Encuesta de Alumnos:**

Análisis de Datos y Conclusiones-Postgrado (Alumnos del Master MKV VALENCIA):

En el caso de Valencia es destacable que para todas las titulaciones, la valoración general de las instalaciones es superior a 7.

En cuanto a los servicios a mejorar, destaca para todas las titulaciones el Servicio de Fotocopias.

- **Encuesta de personas PAS y Docentes:** pendiente de realizar en el curso 2013/2014.

- **Buzón de Danos tu opinión:**

En general, una vez analizados todos los datos referentes a Infraestructuras e instalaciones, se puede señalar en términos generales el buen mantenimiento de los mismos, dándose servicio adecuado a todas las diferentes áreas.

5.2 Recursos humanos (PAS)

Ver Informe de RRHH año 2012/2013. Campus Valencia.

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

PROMOCIONES DE PERSONAL o CAMBIOS ORGANIZATIVOS (Valencia)

- El anterior Director de Marketing, pasa a ser Director Comercial de Executive, Grado, y Postgrado, con responsabilidad también sobre los Antiguos Alumnos
- El anterior Director de Executive Education, pasa a ser Director de Comunicación y Programas Abiertos
- El puesto de Coordinadora de Calidad de Valencia es ocupado por una Profesora del Campus de Valencia.
- El puesto de Director del Área Académico de Postgrado en Valencia es ocupado por una nueva persona debido a la jubilación de anterior Director.

Encuesta de Clima Laboral:

A pesar de los adecuados niveles de valoración del Personal de ESIC en la Encuesta de Clima Laboral se pretende mejorar los aspectos con más baja valoración: Igualdad

En el caso de Valencia, donde existe la figura de responsable del área académica, la relación es buena, con reuniones y conversaciones periódicas sobre el seguimiento de los programas. Tras la jubilación del anterior responsable de área, accede al cargo Agustín Carrilero. Buena relación, buen trabajo y con iniciativas en el área de postgrado a nivel de mejoras en la gestión académica y nuevos programas.

6 MEMORIA DE ACTIVIDADES

6.1 Actividades desarrolladas

ESIC, como respuesta a las necesidades de una empresa en un entorno cambiante, organiza actividades complementarias a la formación de sus alumnos, que les permiten estar en contacto directo con la problemática empresarial actual, así como recibir las experiencias de primera mano de los directivos y profesionales de empresas con los que comparten estas actividades.

Estas actividades las podemos resumir en dos grupos principales:

- **Actualización e intercambio de experiencias con profesionales.**
 - Seminarios Profesionales
 - Desayunos de Trabajo
 - Conferencias de Actualidad
 - Jornadas Profesionales
 - Encuentro de Profesionales de Marketing: "Hoy es Marketing".
 - Participación en Concursos y Premios de Investigación.
 - Simuladores de Decisiones Empresariales.
- **Relacionadas con la Empresa y el Empleo.**
 - Encuentro Profesional de empleo, MEET Valencia con la presencia de importantes empresas como P&G y Leroy Merlin.
 - Jornadas de Formación para el empleo, con la realización de varios encuentros con head hunters.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Desde ESIC se organizan múltiples actividades para complementar la formación de sus alumnos y mejorar así sus capacidades a la hora de trabajar en el entorno cambiante que nos encontramos, gracias a estar en contacto con las empresas actuales y sus diferentes problemáticas del día a día. Queda patente el interés de ESIC por no dejar de lado a sus alumnos, proporcionándoles actividades para su mejora y formación continua.

El número de actividades realizadas anualmente es elevado y no ha sufrido variación con respecto a años anteriores.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

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 toda la Escuela 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

Las políticas que han sufrido modificaciones han sido:

- Política de admisiones de postgrado. Ed. 2. 2/11 junio 12
 - Se incluye excepciones para master especializados junior y se modifica para master especializados executive, quedando una clausula excepciones únicas para master especializadas.
- Políticas de Recursos Humanos. Personal Académico de ESIC. Ed. 1. 1/ 27 septiembre/12.
 - Especificación del Beneficio social a aplicar.
 - Las nuevas políticas han sido:
- Política de Perfil de Ingreso. Procedimiento Matriculación Grado y Postgrado ESIC ed 0.
- Política de Comisión Académica de Titulación de ESIC ed 0.

Análisis de Datos y Conclusiones:

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

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

7.3 Comité Académico de 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-postgrado-13-14-ed-0.pdf>

A continuación se describen las Actas de las Reuniones realizadas por el Comité de Titulación que fue tratado en la Comisión de Garantía de Calidad del Área:

Acta

Fecha: 01/03/2013

Miembros de Comité (Nombre y Puesto): Joaquín Calvo (Vicedecano de Postgrado); Carmen Ramos (Coordinadora Gesco)

Ana Larión (Responsable de Programación); Araceli Cantón (Secretaría Grado)

Alumnos: Delegados y Sub-delegados de los Masters y Directores de Master y Profesores de cada Master

Unidad de Calidad: Gracia Serrano; María Baldonado y Teresa Freire

Director de la Titulación: Todos

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento): Digitalización de la documentación y Feedback de profesores

Nuevos temas tratados: Dificultades con Red Wifi; Dificultades con Grupos de Trabajo; y Comunicaciones de Plan Impulsa

Temas pendientes de poner en marcha:

-Cuestionarios Satisfacción Profesores bajo Docenita, resto de programas 13/14

Conclusiones:

Según lo expuesto en la reunión,

1. La digitalización de la documentación
2. Feed back aportado por los profesores

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se han analizado los temas del desarrollo del curso por cada uno de los títulos, por los diferentes grupos de interés aportando mejoras y con la puesta en marcha de las mismas por parte de cada una de las Comisiones.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

7.4 Reuniones otros equipos

Como consecuencia de las reuniones mantenidas con los delegados de programas de postgrado a continuación se detallan los puntos de mejora que los alumnos nos han trasladado a nivel general:

- **Seguir con la actualización de los casos prácticos** (sobretudo fechas y unidad monetaria o justificación, por su pedagogía de los casos con fechas más antiguas).
- **Mejorar en algunos casos la confección de los grupos**, que los directores y/o coordinadores de programas revisen antes de entregar a los cursos los grupos de trabajo las posibles repeticiones de alumnos en los mismos, que nunca se repitan, a ser posible más de tres veces.
- **Más trabajos individuales y notas individuales**, amén de los trabajos en grupos, que define la metodología de enseñanza de ESIC, que los directores de programa introduzcan criterios individuales de trabajo y evaluación.
- **Protocolo de servicios de prácticas y empleo**, y seguimiento de los alumnos. Desde el principio de curso deben presentarse estos servicios a los alumnos, aunque su disfrute sea a posteriori. Se está desarrollando un protocolo a presentar por los responsables de prácticas y empleo y los directores de programa.
- **Homogeneidad en la selección de los grupos en algunos casos donde hay excesiva mezcla de juniors y seniors**, en la selección previa los directores de programa tendrán que vigilar que los grupos sean, en la medida de lo posible, y salvando, en ocasiones como la actual, la comercialización, lo más homogéneos posibles. Y en el caso de los campus, donde la heterogeneidad en alguno de los programas es más relevante, que los alumnos estén informado antes de su matriculación. En caso de necesidad comercial de la confección de los mismos dar clases de homogeneización sobre las materias troncales (finanzas, economía, marketing, etc. en función del perfil de los alumnos)
- **Plan de acogida para extranjeros**, en base a un plan de acogida para los alumnos extranjeros que tiene desarrollado el departamento internacional.
- **Información de ESIC y todos su servicios** a todos los alumnos matriculados en la escuela, siguiendo el ejemplo de Valencia podría ser interesante que Felipe Llano, en Madrid y cada Director de Campus en su campus (o responsable de marketing si lo hubiese), durante 15-20 minutos presentase el día de la inauguración de curso la escuela y sus servicios, y durante el curso, primeros meses de aclimatación, los directores de programa, coordinadores y personal de apoyo ahondasen en este tema.
- Información sobre las **actividades extraescolares** (deporte, cultura, etc...)

Informe Anual de la Titulación

Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

- Incluir dentro de la metodología, sobre todo en los Campus, **casos de PYMES locales** y/o referencias a las mismas, no basar toda la clase en casos de grandes empresas multinacionales.
- **Mayor practicidad** de los seminarios, más casos prácticos, más trabajos reales, etc.
- Seguir mejorando el **feedback** a los alumnos, enseñarles el porqué de la nota sea buena o mala. (Ha mejorado respecto al año anterior).
- **Networking** entre los alumnos, con otros alumnos, con profesores y con empresas (HEM)
- **Mejoras académicas:**
 - Proyectos reales
 - Equilibrio teoría práctica y cargas de trabajo
 - Evitar si es posible clases sábados tardes

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

Acta 1

Fecha: 12/02/2013

Miembros del Equipo de Mejora (Nombre y Puesto): Lluís Alabau Romero y Clara Gabriel Linares (Alumnos)

Directores de ESIC: Fernando de Manuel Dasí y Agustín Carrilero

Responsable de Calidad del Área: Myriam Martí

Desarrollo de la Reunión

Temas pendientes (seguimiento):

Nuevos temas tratados:

El programa responde a las expectativas y están contentos con la división que se ha hecho en dos grupos. Se reconoce el alto nivel de los ponentes y su esfuerzo por acercar la realidad empresarial a las aulas.

Fueron solicitadas clases complementarias de Excel medio y financiero y se plantearon soluciones para el aparcamiento. Finalmente se solicitó información adicional sobre prácticas.

Conclusiones:

Cumplidas las expectativas de este Máster y el alto nivel de exigencia. Se comunica que la nota media de los profesores alcanzó el 8,3, la cual es muy alta y está por encima de la media.

Compromiso de la escuela en dar una formación adicional de Excel y se buscan soluciones para el aparcamiento identificando mejores horarios de llegada.

Fijan fecha de prácticas y reunión anterior con el departamento encargado de ello.

Nuevas mejoras a desarrollar (Mejora/Responsable/fecha de realización)

- Clase adicional de Excel. – Dirección – Marzo/Abril
- Las reseñadas en conclusiones. – Dirección - Seguimiento

Informe Anual de la Titulación

Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

Análisis de Datos y Conclusiones:

Reunión del equipo de mejora y los directores de su Máster en Valencia. Las expectativas son buenas de cara al curso y solicitan algunas mejoras a las que ESIC da contestación.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

7.5 Evaluación del Aprendizaje

Tanto para el año 11/12 como en el 12/13 el 100% de los alumnos finalizaron con éxito los diferentes módulos de los que está compuesto el Máster.

Evaluación Aprendizaje **Curso Académico 2012/13**

Máster MKV					
CURSO	Asignatura	Nota Media	Tasa de Rendimiento	Tasa de presentación	Tasa de Éxito
MKV	1.1	7,61	100%	100%	100%
	1.2	7,66			
	2	8,01			
	3	7,09			
	Trabajo	7,75			
	Prácticas	8,97			

Análisis de Datos y Conclusiones:

El 100% de los alumnos del Máster lograron finalizar con éxito en el curso 2012/13, pero además lograron hacerlo con una nota media superior a la del año 2011/12. Esto es debido, en gran medida, a la mejora en las notas de las prácticas realizadas por los alumnos en este nuevo año.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

7.6 Gestión de sugerencias y reclamaciones

El Proyecto de Mejora Continua en ESIC es un proyecto que implica a todos, desde los estudiantes/participantes, profesores, empresas, personal de ESIC, proveedores, etc., 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

Informe Anual de la Titulación

Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

Algunas de las mejoras llevadas a cabo en ESIC y surgidas a través o bien del Buzón Virtual, o de las propias reuniones de mejora del área por parte de los alumnos, se exponen a continuación:

Reconocimientos

		2011/12	2012/13	% Variación
Área Académica	Nº Sugerencias	1	0	-100%
	Nº Felicitaciones	0	0	0%
	Nº Quejas	0	0	0%
Área Gestión	Nº Sugerencias	0	0	0%
	Nº Felicitaciones	0	0	0%
	Nº Quejas	0	0	0%
TOTAL	Nº Sugerencias	1	0	-100%
	Nº Felicitaciones	0	0	0%
	Nº Quejas	0	0	0%

Fuente Unidad de Calidad

Análisis de Datos y Conclusiones:

No se han gestionado un número elevado de sugerencias, quejas ni felicitaciones, pero todas las que fueron recibidas se contestaron en los plazos que se especifican en la Política de Reconocimientos de ESIC.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

7.7 Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés

7.7.1 Satisfacción de los Alumnos

El grado de satisfacción por parte de los alumnos del Programa MKV en el campus de Valencia se ha incrementado en un 0,25%, pasando de una media de 8,35 a un destacado 8,6.

En cuanto al porcentaje de respuestas, otro de los objetivos propuesto en el área fue durante el 2012-2013 del 56,30%, lo que supuso un aumento sobre el año anterior, que en la mayoría de los casos no superaba el 40%.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Se ha incrementado el grado de respuesta de los alumnos a las encuestas de satisfacción e igualmente el grado de satisfacción respecto al programa.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

7.7.2 Satisfacción de Egresados

ESIC tiene en proceso el lanzamiento de un plan de encuesta para la satisfacción del egresado. Su lanzamiento y recepción de datos permitirá conocer las motivaciones y pensamientos de sus alumnos al salir de la escuela.

Análisis de Datos (interpretación):

Sin datos.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

7.7.3 Satisfacción de Personal Docente

Se ha realizado a través del Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCOS 2012), recogiendo la opinión de los Trabajadores de ESIC, incluido los puestos docentes, y se ha estudiado en función de la importancia y satisfacción para el empleado teniendo en cuenta las diferentes categorías profesionales.

Se preguntó sobre tres grandes bloques como son la **calidad laboral**, la **marca empleador** y la **reputación interna** de la empresa.

En el informe anual de Recursos Humanos se ofrece información más completa sobre estas valoraciones.

Ver Informe de RRHH año 2012/2013. Campus Valencia.

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

En lo referente a **calidad laboral**, ESIC obtiene valoraciones siempre superiores al 6 y en algunos casos con notas cercanas al 7,5 siendo la importancia media para los empleados del 8.

La **marca empleador** es el apartado donde la escuela recibe sus mejores calificaciones ya que ronda calificaciones superiores al 8 en casi todas las cuestiones. Más importante aun cuando es uno de los pilares para los empleados.

Quedan reflejados los valores éticos y profesionales de la empresa en la **reputación interna** valorándose con notas que oscilan entre 6,75 y 8,3.

Análisis de Datos y Conclusiones:

La valoración recibida por el personal docente de la escuela refleja la importancia de mantener un ambiente laboral adecuado donde todos los empleados sientan esa cercanía y buena apreciación de las prácticas que hace su empresa.

La encuesta de clima laboral reflejó el trabajo como muy adecuado y ayudó a detectar indicadores sobre los que seguir trabajando.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

7.7.4 Satisfacción de Personal No Docente

Se ha realizado a través del Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCOS 2012), recogiendo la opinión de los Trabajadores de ESIC, y se ha estudiado en función de la importancia y satisfacción para el empleado teniendo en cuenta las diferentes categorías profesionales.

Se preguntó sobre tres grandes bloques como son la **calidad laboral**, la **marca empleador** y la **reputación interna** de la empresa.

En el informe anual de Recursos Humanos se ofrece información más completa sobre estas valoraciones.

Ver Informe de RRHH año 2012/2013. Campus Valencia.

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

Como conclusión al estudio MERCO, la **calidad Laboral** refleja la menor importancia que se da al sueldo, aumentado a la vez el desarrollo profesional junto a buenas relaciones con mandos intermedios y las diferentes acciones de conciliación de la vida personal y laboral.

Como **marca empleador**, ESIC recibe en los aspectos de buena imagen y reputación, atracción de talento, recomendación como lugar de trabajo y empresa exitosa en su actividad valoraciones en su mayoría superiores al 8, lo que demuestra lo bien que se están trabajando en estos apartados.

La **reputación interna**, alcanza sus máximas puntuaciones en la identificación con el proyecto empresarial al puntuarse con un 8,5, estando muy cercano a esta nota los valores éticos y profesionales y el orgullo por formar parte de la empresa. Estar rodeados de altos directivos profesionales y con buena reputación y las oportunidades de desarrollo iguales entre hombres y mujeres rondan puntuaciones del 7.

También, se realizó una **encuesta de clima laboral para el Campus de Valencia**, realizada por CIAE, Centro de Innovación y Aplicación de la Ética, con el objetivo de hacer un diagnóstico inicial del nivel ético de la organización. Se realizó a partir de las 27 encuestas recogidas.

La encuesta muestra que el ambiente de trabajo es muy adecuado.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Las calificaciones de satisfacción obtenidas del personal no docente de la empresa, muestra buenos datos sobre el día a día en ESIC, incluso mejorando en algunos de los casos.

Propuestas de Mejora al Indicador No procede.

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.

Además la Dirección del Título ha realizado continuos seminarios de debate con Empresarios que han permitido aportaciones continuas al 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

A través del plan de encuestas se buscará conocer los datos en un corto plazo, ya que los resultados deberían estar obtenidos para Febrero – Marzo 2014.

Análisis de Datos y Conclusiones:

Para ESIC es muy importante conocer los datos de satisfacción de sus alumnos en la realización de sus prácticas y es por ello que se puso en marcha en la recogida de datos para su informe y valoración

de aspectos relevantes.

Propuestas de Mejora al Indicador:

Mejora: Plan de Encuestas a Alumnos de Prácticas Profesionales, Tutores Externos y Tutores Académicos.

Causa: necesidad de análisis de las prácticas profesionales por parte de todos los grupos de interés

Acciones a Desarrollar: Plan de Encuestas

Responsables: Dirección de Dpto. de Prácticas Profesionales.

Tiempo Realización: 2013/2014

Código: 2013.MEMORIA.MKV.007

7.7.7 Satisfacción Programas de Movilidad:

Al no haber movilidad por parte de profesores ni alumnos en este Master no hay posibilidad alguna de medir la satisfacción.

Análisis de Datos y Conclusiones:

No hemos tenido personas en movilidad en este Máster.

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 2009

No se recogen ninguna solicitud de mejora.

Informe de Modificación de Aneca 2013

No se recogen ninguna solicitud de mejora.

Informe de Seguimiento de Avap 2012

Advertencias: 12

Recomendaciones: 8

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

Criterio 1.- Información para la sociedad y el futuro estudiante.

- Es recomendable incidir un poco más en las salidas profesionales.

Grado de Implantación: Se recoge nueva información en la web <http://www.esic.edu/es/master-universitario-marketing/> apartado Atención al Antiguo Alumnos Carreras Profesionales

- No aparece en ningún lugar un enlace relacionado con la normativa de permanencia de la UMH.

Grado de Implantación: Ya se ha incorporado.

- Se ofrece información sobre el procedimiento previo a la matrícula, pero no de los plazos que lleva asociados ni de otra información relevante. Es necesario mejorar este apartado y ofrecer información más completa.

Grado de Implantación: Ver información publicada en <http://www.esic.edu/es/master-universitario-marketing/> apartado matriculación

- Falta información sobre el precio del crédito.

Grado de Implantación: Ver información publicada en <http://www.esic.edu/es/master-universitario-marketing/> apartado matriculación

Criterio 1.2.- Valoración sobre la página web.

- Es recomendable ofrecer un enlace web con toda la normativa de la UMH.

Grado de Implantación: Ver información publicada en <http://www.esic.edu/es/master-universitario-marketing/> apartado matriculación

- Se debe ofrecer la información también en valenciano, y en inglés, si hay muchos estudiantes extranjeros.

Grado de Implantación: Ya se dispone de página web en inglés en <http://www.esic.edu/en/university-master-marketing/>

- Es recomendable ofrecer públicamente los informes de ANECA y AVAP relacionados con la verificación del máster, y de los documentos relativos a la implantación de la titulación, como muestra de transparencia.

Grado de Implantación:

Pueden accederse a través de los siguientes enlaces:

Certificación del título:

http://srv.aneca.es/ListadoTitulos/sites/default/files/informes/verificacion/InformeFinal_ABR_I_0517-2009.pdf

Modificación del título:

http://srv.aneca.es/ListadoTitulos/sites/default/files/informes/modificaciones/InformeFinal_1_431018_4_2013.pdf

Los informes de ANECA ya están publicados y los de AVAP están publicados en la web.

- Falta información sobre la matrícula del curso 2012/2013.

Grado de Implantación: Ver información publicada en <http://www.esic.edu/es/master-universitario-marketing/> apartado matriculación

Criterio 2.- Información sobre el desarrollo y funcionamiento del título

Aspectos de mejora:

En bastantes materias, no aparece nada concreto en los apartados de "Fuentes de información recomendada" o "Materias de apoyo a la docencia", sólo una referencia a materiales que se entregarán o se utilizarán, sin citar materiales concretos. El apartado de evaluación está completado igualmente de forma rutinaria, siguiendo un mismo patrón y sin detalles concretos (criterios, valoración, etc). En el calendario académico no aparecen las aulas.

Grado de Implantación: Los syllabus han sido actualizados en su edición 4 cumpliendo estos requisitos.

<http://www.esic.edu/es/master-universitario-marketing/>

Apartado: Información Académica / Plan de estudios

Criterio 5.- Grado de implantación del Sistema de Garantía Interna de Calidad en la titulación.

Aspectos de mejora:

- Se aporta información pública a este respecto y se menciona una responsabilidad por parte de la dirección y la delegación en la unidad de calidad. Sin embargo, no se indica la responsabilidad específica para el título.

Grado de Implantación: Como se indica en el punto 7.3 de este informe ya existe una Comisión para la Titulación. <http://www.esic.edu/pdf/comisiones-de-titulacion-esic-postgrado-13-14-ed-0.pdf>

- No se encuentran evidencias de un "procedimiento de implantación de SGIC"; simplemente hay una alusión general en el autoinforme a la implantación del SGIC y remite a unas evidencias que resultan no ser tales (actas) que no tratan la implantación del SGIC del título; en el manual de calidad se alude al tema de la implantación del SGIC de un modo general para la institución. Aluden en el manual general a unos procesos ya desarrollados dentro del SGIC, pero no se encuentra acceso a la documentación completa.

Informe Anual de la Titulación

Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

Grado de Implantación: Aprobado en Junio 2013: http://www.esic.edu/calidad/pdf/manual_calidad.pdf

- No se identifican procedimientos específicos del título. Sí aparece un buzón de sugerencias general y un proceso general para sugerencias (parece englobar el de quejas). Al margen de esto, no se encuentran evidencias de un proceso de reclamaciones propiamente dicho.

Grado de Implantación: Se pone a disposición de los grupos de interés el Sistema de Calidad, según Directrices Audit, y otra según Mapa de procesos por Área Académica de ESIC.

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

- Escasa información sobre el procedimiento y proceso de evaluación del profesorado. En apariencia, valoraciones de los estudiantes aceptables a nivel global del título. No se ofrecen resultados de encuestas por asignatura/profesor, de modo que no se puede actuar consecuentemente en la mejora.

Hay un escaso reflejo de los resultados de las encuestas en el seguimiento del título; no se ha en contrato plan de mejora donde se reflejen acciones a seguir en este sentido, aunque sí un acta de la Comisión Académica a modo de balance del curso, en la que se evidencia la toma en consideración de los resultados de las encuestas para incidir en la mejora de la docencia.

Grado de Implantación: Ya se dispone de la información en la web www.esic.edu/calidad en el apartado Docencia. Además, el modelo de evaluación ha sido aprobado por ANECA bajo su Programa Docencia.

- Se han encontrado evidencias escasas de la puesta en marcha de mecanismos y procedimientos para analizar la satisfacción del profesorado. Se recomienda evidenciar en mayor medida dicha puesta en marcha.

Grado de Implantación: Encuesta realizada por MERCO reflejada en el punto 7.7.3 de este informe, donde preguntó sobre tres grandes bloques como son la calidad laboral, la marca empleador y la reputación interna de la empresa.

- En documentación publicada por la universidad se mencionan acciones encaminadas a analizar la satisfacción del PAS, sin embargo no se han encontrado evidencias suficientes a este respecto.

Grado de Implantación: El personal de administración y servicios fue encuestado y se elaboró un informe con las mismas características que el del personal docente, también elaborado por MERCO Estudio específico para el Campus de Valencia, y reflejado en el punto 7.7.4.

- En la documentación del título se mencionan acciones encaminadas a evaluar la satisfacción de los estudiantes. Las evidencias encontradas con respecto a la adecuación de los resultados en el análisis de dicha satisfacción son suficientes, aunque sería deseable un mayor aporte de resultados y evidencias más claras sobre las consecuentes propuestas de mejora en virtud del análisis de los mismos.

Grado de Implantación: La satisfacción de los alumnos de postgrado viene reflejada en el informe que se indicaba en el punto 7.7.1 de este informe y está visible en: <http://www.esic.edu/calidad/pdf/resultados-de-satisfaccion-alumnos-respecto-a-programas-postgrado-20122013.pdf>

- Si bien se mencionan procedimientos en la institución vinculados a las prácticas externas y a la valoración de la satisfacción de las mismas, no se han encontrado evidencias para el análisis de resultados en el título referentes a dichas prácticas, ni un informe de revisión de resultados con las principales conclusiones y consecuentes acciones de mejora. Cabe mencionar que sí se publican algunos datos de resultados de las prácticas externas a nivel de institución y ámbito de conocimiento.

Grado de Implantación: A través del plan de encuestas se buscará conocer los datos en un corto plazo, ya que los resultados deberían estar obtenidos para Febrero – Marzo 2013/2014 como indicábamos en el punto 7.7.6 de este informe.

- Si bien se mencionan procedimientos en la institución vinculados a la movilidad de los estudiantes y a la valoración de la satisfacción las acciones encaminadas a propiciar dicha movilidad, no se han encontrado evidencias para el análisis de resultados en el título referentes a dichas acciones, ni un informe de revisión de resultados con las principales conclusiones y consecuentes acciones de mejora.

Grado de Implantación: No hay alumnos en movilidad hasta la fecha, como se recoge en el apartado 3.4. pero se ha planificado la obtención de convenios que permitan movilidad para este Título.

- Si bien se mencionan procedimientos en la institución vinculados a la inserción laboral de los estudiantes, no se han encontrado evidencias para el análisis de resultados en el título referentes a las acciones de inserción laboral, ni un informe de revisión de resultados con las principales conclusiones y consecuentes acciones de mejora. Cabe mencionar que sí se publican algunos datos de resultados de inserción laboral a nivel de institución y ámbito de conocimiento.

Grado de Implantación: Como se refleja en el apartado 3.7 del informe, ESIC pone en contacto a las empresas demandantes de talento directivo con los alumnos del Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas. <http://www.esic.edu/postgrado/bolsa-trabajo/>

Criterio 6.- análisis de los principales resultados del título según los indicadores

- Resultado de la Tasa de Abandono del Título se considera no disponible en esta evaluación.

Grado de Implantación: La tasa de abandono se publica en el informe de indicadores del Título http://www.esic.edu/pdf/resumen_de_indicadores_master_mk_ventas_valencia.pdf

- Resultado de la tasa de relación entre la oferta y la demanda se considera insuficiente.

Grado de Implantación: Como se indica en el apartado 2.4 de este informe la relación de oferta y demanda ha cambiado drásticamente casi duplicando valores de matriculación respecto al año anterior y cubriendo el 60% de las plazas.

- Resultado de la Tasa de Matriculación se considera insuficiente.

Grado de Implantación: Hay un aumento importante como refleja el punto 2.9.1 de este informe.

- Resultado de la Tasa de PDI a tiempo completo se considera insuficiente.

Grado de Implantación: Ha existido dificultades en la contratación el Personal PDI pero está previsto un aumento del PDI en los próximos cursos. En el curso académico 13/14 se prevé alcanzar un 40%. Ver apartado 4.1 Calidad Profesorado.

A continuación se detallan las solicitudes de acciones correctivas o mejoras propuestas con origen Informes de Auditoría 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 colgado en ERIETE.*

- Falta de elaborar el Plan de Formación del curso 2012-2013. –

Grado de Implantación: La finalización de este documento está prevista para el 20 de mayo 2012.

- No hay una clara evidencia de que se haya realizado la comparativa de carga docente para el curso 2012-2013. El documento que se aporta indica 3 columnas, 2010, 2011 y 2012 y está fechado en Junio de 2012 pero sin especificar que la última columna sea la previsión para el curso 2012-2013.

Grado de Implantación: Se ha cumplimentado el informe de análisis de docentes.

- 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. Su realización se ha efectuado por Dpto. de Marketing.

- 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. Está ya en proceso.

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

Además, este informe lista en sus diferentes apartados las mejoras propuestas para el Título.

9.1 Mejoras implantadas durante el Curso Académico 2012/2013

Las mejoras que se han implantado durante este año son:

- Conseguir en las encuestas de evaluación de profesores por alumnos un número de respuestas superior al 60% como media general de programas y campus y que ningún programa registre un porcentaje inferior al 50%.
 - Porcentaje de respuesta en encuestas de satisfacción de profesores por Campus: 59,44%
 - Porcentaje de respuesta en encuestas de satisfacción de profesores por programa: 51%
- Alcanzar un número de publicaciones de Cuadernos de Documentación de Postgrado superior a 80.
 - Número de Cuadernos durante 2012-2013: 84 Cuadernos de Documentación

9.2 Mejoras propuestas para el Curso Académico 2013/2014

Las mejoras que se han para el propuesto para el año son:

- MUDCOMNT (URJC-ESIC)
- Renovación de la Maestría en Marketing en USIL-Perú
- Incluir a través de ESIC EMPRENDE, la Iniciativa Emprendedora en todos los programas MBA´s y en el resto de programas, a través de seminarios, masterclass, premios a los proyectos emprendedores, etc.
- Análisis y seguimiento de la cartera de productos en campus
- Consolidación y reestructuración del equipo de gestión y directores de programas
- Implantación, seguimiento y control de nuevo sistema de gestión informática
- Alcanzar en cada programa y campus en las encuestas de satisfacción de profesores un nivel de respuesta igual o superior al 65 %

Informe Anual de la Titulación

Máster Universitario en Dirección de Marketing y Ventas

Curso Académico 2012/13

ESIC Business & Marketing School

- Alcanzar en cada programa y campus en las encuestas de satisfacción general-final un nivel de respuesta igual o superior al 60 %
- Incrementar el número de Cuadernos de Documentación a 90 para el curso 2013-2014
- Equilibrar cargas teórica y práctica, más prácticas
- Documentación impresa
- Mejorar el funcionamiento del departamento de prácticas, poco solicitado. Tienen la impresión de que lo dejan mucho en manos de los alumnos, que ellos se busquen sus prácticas
- Metodología CIM, muy bueno pero muy diferente a la que han utilizado habitualmente
- Confección de los grupos de trabajo
- Mejor información en el país de origen (extranjeros)
- Curso de inglés del Plan Impulsa antes de mayo (demasiada carga lectiva en esas fechas)
- Problemas con internet, wifi y descarga de documentos
- Que la descarga de documentos sea más sencilla y con nombre de seminario y no número de documento
- Mejor horario de cafetería o máquina de vending
- No distribuir documentaciones en papel, a excepción de los casos prácticos a realizar en las clases, esto supone:
 - Ahorro de papel, fotocopias y envío a Campus
 - Ahorro de archivadores (unos 8 por alumno)
 - Ahorro de bolsas blancas (unas 2 por alumno)
- En las sedes donde el número de alumnos de diferentes programas sea reducido, se podrían agrupar para impartirles conjuntamente las materias comunes, una sola vez. Además del ahorro en profesores, también habría ahorro en viajes.

10 CUADRO DE INDICADORES

Ver información sobre indicadores en:

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