

## CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

### Estándar de Evaluación

El programa formativo está actualizado y se ha implantado de acuerdo a las condiciones establecidas en la memoria verificada y/o sus posteriores modificaciones.

### DIRECTRIZ 1.1

#### Directrices de Evaluación

La implantación del plan de estudios y la organización del programa son coherentes con el perfil de competencias y objetivos del título recogidos en la memoria de verificación y se aplica adecuadamente la normativa académica.

Elementos a valorar en esta directriz:

- La implantación del plan de estudios se corresponde con lo establecido en la memoria verificada.

#### Evidencias:

Principal

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

Memoria Verificada:

Ver Evidencia: **EV1.7.ESIC**

[http://www.esic.edu/pdf/calidad/madrid/memoria\\_grado\\_marketing\\_2016.pdf](http://www.esic.edu/pdf/calidad/madrid/memoria_grado_marketing_2016.pdf)

Informes Finales de Verificación y Modificación

Ver Evidencia: **EV1.7.ESIC**

[http://srv.aneca.es/ListadoTitulos/sites/default/files/informes/verificacion/InformeFinal\\_1087-2009.pdf](http://srv.aneca.es/ListadoTitulos/sites/default/files/informes/verificacion/InformeFinal_1087-2009.pdf)

[http://www.esic.edu/pdf/informe\\_final\\_1\\_grado\\_de\\_marketing\\_urjc\\_2501300\\_2013.pdf](http://www.esic.edu/pdf/informe_final_1_grado_de_marketing_urjc_2501300_2013.pdf)

[http://www.esic.edu/pdf/informe\\_final\\_2\\_grado\\_de\\_marketing\\_urjc\\_2501300\\_2014.pdf](http://www.esic.edu/pdf/informe_final_2_grado_de_marketing_urjc_2501300_2014.pdf)

Informes Finales de Evaluación

Ver Evidencia: **EV1.8.ESIC**

[http://www.esic.edu/pdf/calidad/madrid/segimiento\\_de\\_titulo\\_por\\_ACAP\\_G\\_MARKETING\\_\(ESIC\)\\_2010.pdf](http://www.esic.edu/pdf/calidad/madrid/segimiento_de_titulo_por_ACAP_G_MARKETING_(ESIC)_2010.pdf)

[http://www.esic.edu/pdf/calidad/madrid/i\\_f\\_informe\\_final\\_de\\_evaluacion\\_del\\_g\\_marketing\\_esic\\_urjc\\_2012.pdf](http://www.esic.edu/pdf/calidad/madrid/i_f_informe_final_de_evaluacion_del_g_marketing_esic_urjc_2012.pdf)

Plan de Estudios

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica\\_plan](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica_plan)

Estructura del Personal Académico

Ver Evidencia: **EV1.2 Tabla 1 A/B**

Plan de Investigación y Acreditación del Personal Docente

Ver Evidencia: **EV4.5.ESIC**

# DIRECTRIZ 1.1 Organización y Desarrollo

## Grado Oficial en Marketing

### GRMK 2015/16 - Campus Pozuelo

# ESIC Business & Marketing School

- Las **actividades formativas** empleadas en las diferentes asignaturas facilitan la adquisición de los resultados de aprendizaje previstos por parte de los estudiantes.

#### Evidencias:

Memoria Verificada:

Ver Evidencia: **EV1.7.ESIC**

[http://www.esic.edu/pdf/calidad/madrid/memoria\\_grado\\_marketing\\_2016.pdf](http://www.esic.edu/pdf/calidad/madrid/memoria_grado_marketing_2016.pdf)

Guías Docentes. Programas, competencias, actividades formativas y sistemas de evaluación previstos para cada asignatura del Plan de Estudios.

Ver Evidencia: **EV1.1**

Guías Docentes – Herramienta Web

<http://www.esic.edu/buscador-guias-docentes/?IdP=59>

Curso	Semestre	ECTS	Asignatura	Carácter	Link web ESIC
1º	1	6	Marketing y Técnicas de Comunicación	FB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
1º	1	6	Introducción a la Empresa	FB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
1º	1	6	Matemáticas Empresariales	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
1º	1	6	Historia Económica y del Marketing	FB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
1º	1	6	Sociología de la Empresa	FB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
1º	2	6	Introducción al Marketing	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
1º	2	6	Historia de la Cultura Comercial y Sociedad	FB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
1º	2	6	Estadística Aplicada al Marketing	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
1º	2	6	Derecho Civil	FB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
1º	2	6	Informática Aplicada al Marketing	FB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
2º	1	6	Economía I: Microeconomía	FB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
2º	1	4,5	Análisis Económico-Financiero en Marketing I	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
2º	1	4,5	Psicología Aplicada al Marketing	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
2º	1	4,5	Dirección Estratégica	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
2º	1	4,5	Derecho Mercantil: Regulación Jurídica del Mercado	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
2º	2	4,5	Marketing Estratégico	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
2º	2	6	Responsabilidad y Marketing Social Corporativo	FB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
2º	2	6	Economía II: Macroeconomía	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
2º	2	4,5	Análisis Económico-Financiero en Marketing II	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
2º	2	4,5	Métodos de Decisión Aplicados al Marketing	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
2º	2	4,5	Derecho del Trabajo y la Seguridad Social	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
2º	2	6	Inglés IV - Idioma Moderno	FB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
3º	1	6	Política de Comunicación	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
3º	1	4,5	Comportamiento del Consumidor	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
3º	1	6	Política de Producto	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
3º	1	4,5	Dirección de Ventas	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
3º	1	4,5	Investigación de Mercados I	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
3º	1	4,5	Marketing Industrial y de Servicios	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
3º	2	6	Política de Distribución	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
3º	2	4,5	Política de Precios y Costes	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
3º	2	4,5	Investigación de Mercados II	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
3º	2	6	Técnicas de Negociación Comercial	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
3º	2	4,5	Marketing Relacional, Directo e Interactivo	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
3º	2	4,5	Marketing y Sistemas de Información Aplicados	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>

# DIRECTRIZ 1.1 Organización y Desarrollo

## Grado Oficial en Marketing

### GRMK 2015/16 - Campus Pozuelo

# ESIC Business & Marketing School

Curso	Semestre	ECTS	Asignatura	Carácter	Link web ESIC
4º	A	24	Prácticas Externas	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
4º	A	6	Trabajo Fin de Grado	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
4º	1	6	Plan de Marketing	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
4º	1	4,5	Marketing Global e Internacional y Comercio Exterior	OP	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
4º	1	4,5	Análisis y Previsión de Ventas	OP	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
4º	1	4,5	Marketing y Dirección de Comunicación	OP	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
4º	1	4,5	Dirección de Recursos Humanos	OP	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
4º	1	6	Seminario de Informática (Reconocimiento créditos)	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>

Resultado de las Asignaturas que conforman el Plan de Estudios

Ver Evidencia: **EV1.3 – Tabla 2**

Informe de Resultados de Aprendizaje del Título

Apartado 7.6.4 Evaluación de las Competencias del Título

Apartado 7.6.5 Evaluación de las Competencias a nivel MECES.

Ver Evidencia: **EV.INFORME.ESIC**

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=garantia\\_manual\\_resultados](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=garantia_manual_resultados)

- El **tamaño de grupo** es adecuado a las actividades formativas desarrolladas dentro de las distintas asignaturas y facilita la consecución de los resultados de aprendizaje previstos.

#### Evidencias:

Guías Docentes. Programas, competencias, actividades formativas y sistemas de evaluación previstos para cada asignatura del Plan de Estudios.

Ver Evidencia: **EV1.1 – Guías Docentes**

Guías Docentes

<http://www.esic.edu/buscador-guias-docentes/?IdP=59>

Comunicación de ESIC a URJC solicitando ampliación de plazas

Ver Evidencia: **EV1.3.ESIC**

Tamaño del Grupo y aulas, de la Titulación

Ver Evidencia: **EV1.9.ESIC**

# DIRECTRIZ 1.1 Organización y Desarrollo

## Grado Oficial en Marketing

### GRMK 2015/16 - Campus Pozuelo

# ESIC Business & Marketing School

- En el caso de que el título contemple la realización de **prácticas externas**, éstas se han planificado según lo previsto, son adecuadas para la adquisición de las competencias del título y existe una coordinación entre el tutor académico de prácticas y el tutor de la institución/empresa.

#### Evidencias:

Listado de las memorias finales de prácticas con indicación de las empresas/instituciones con las que se han hecho efectivos convenios de prácticas

Ver Evidencia: **EV1.8**

Guía Docente Prácticas Externas

Ver Evidencia: **EV1.10.ESIC**

4º	A	24	Prácticas Externas	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
----	---	----	--------------------	----	---

Reglamento de Prácticas Externas

Ver Evidencia: **EV1.11.ESIC**

<http://www.esic.edu/pdf/version-13-reglamento-de-practicas-academicas-externas-de-los-estudiantes-universitarios.pdf>

Instituciones con las que se han hecho convenios de prácticas

Ver Evidencia: **EV1.0.ESIC**

Fichas Evaluación Prácticas – Tutorías

Ver Evidencia: **EV1.12.ESIC**

Política de Coordinación Docente de Grado

Ver Evidencia: **EV1.2.ESIC**

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/politica-de-coordinacion-asignaturas-modulos-en-grado-y-postgrado-esic-ed-0-firmada.pdf>

Actas Coordinación Prácticas Externas – Coordinador y Tutores Académicos de la Titulación

Ver Evidencia: **EV1.1.ESIC**

# DIRECTRIZ 1.1 Organización y Desarrollo

## Grado Oficial en Marketing

### GRMK 2015/16 - Campus Pozuelo

# ESIC Business & Marketing School

- Las normativas de permanencia establecidas se aplican correctamente y coinciden con las establecidas en la memoria.

#### Evidencias:

Memoria Verificada:

Ver Evidencia: **EV1.7.ESIC**

[http://www.esic.edu/pdf/calidad/madrid/memoria\\_grado\\_marketing\\_2016.pdf](http://www.esic.edu/pdf/calidad/madrid/memoria_grado_marketing_2016.pdf)

Normativa de Permanencia de la Titulación

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica\\_permanencia](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica_permanencia)

[http://www.esic.edu/pdf/normativa\\_permanencia\\_y\\_matricula.pdf](http://www.esic.edu/pdf/normativa_permanencia_y_matricula.pdf)

- Los sistemas de transferencia y reconocimiento de créditos se aplican de forma adecuada y tienen en cuenta las competencias previas adquiridas por los estudiantes.

#### Evidencias:

Listado de Estudiantes que han obtenido Reconocimiento de Créditos

Ver Evidencia: **EV1.7**

Normas de Transferencia y Reconocimiento de Créditos

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica\\_reconocimiento](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=academica_reconocimiento)

[http://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Convalidaciones\\_y\\_Reconocimientos\\_GRADOS.pdf](http://www.urjc.es/images/Universidad/Presentacion/normativa/Convalidaciones_y_Reconocimientos_GRADOS.pdf)

Ver Evidencia: **EV1.5.ESIC**

Informe Anual del Título donde se reflejan los reconocimientos de créditos realizados

Ver Evidencia: **EV.INFORME.ESIC – Apartado 2.4**

- Resultados de la Titulación

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=garantia\\_manual\\_resultados](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=garantia_manual_resultados)

- Informe Anual: 2014/15

<http://www.esic.edu/pdf/informe-de-titulacion-grado-oficial-en-marketing-titulacion-oficial-urjc-en-madrid-grmk-20142015.pdf>

- Informe Anual 2013/14

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-de-titulacion-grado-oficial-en-marketing-titulacion-oficial-urjc-en-madrid-grmk-20132014.pdf>

- Informe Anual 2012/13

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/informe-de-titulacion-grado-oficial-en-marketing-titulacion-oficial-urjc-en-madrid-grmk-20122013.pdf>

## CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

### Estándar de Evaluación

El programa formativo está actualizado y se ha implantado de acuerdo a las condiciones establecidas en la memoria verificada y/o sus posteriores modificaciones.

### DIRECTRIZ 1.2

#### Directrices de Evaluación

El título cuenta con mecanismos de coordinación docente (articulación horizontal y vertical) entre las diferentes materias/asignaturas) que permiten tanto una adecuada asignación de la carga de trabajo del estudiante como una adecuada planificación temporal, asegurando la adquisición de los resultados de aprendizaje.

Elementos a valorar en esta directriz:

- La coordinación vertical y horizontal entre las diferentes asignaturas ha sido apropiada, y ha garantizado una adecuada asignación de carga de trabajo al estudiante. En el caso de que haya materias con actividades formativas que incluyan una parte de carácter teórico y actividades prácticas o de laboratorio se prestará especial atención a los mecanismos de coordinación entre ambas actividades formativas.

#### Evidencias:

Documentación o Informes que recojan las medidas adoptadas para garantizar la coordinación tanto vertical como horizontal.

Ver Evidencia: **EV1.4**

Política de Coordinación Docente de Grado

Ver Evidencia: **EV1.2.ESIC**

<http://www.esic.edu/calidad/pdf/politica-de-coordinacion-asignaturas-modulos-en-grado-y-postgrado-esic-ed-0-firmada.pdf>

# DIRECTRIZ 1.2 Organización y Desarrollo

## Grado Oficial en Marketing

### GRMK 2015/16 - Campus Pozuelo

# ESIC Business & Marketing School

- En el caso de que el título se imparta en varios centros de la misma universidad o sea interuniversitario, se valorará la coordinación entre los mismos.

#### Evidencias:

Política de Comisiones:  
Ver Evidencia: **EV1.6.ESIC**

Actas de las Reuniones y Comunicaciones con la URJC  
Ver Evidencia: **EV1.13.ESIC**

- En el caso de que un título tenga prácticas externas/clínicas, se valorará la coordinación y supervisión necesaria para que las prácticas permitan a los estudiantes adquirir las competencias correspondientes.

#### Evidencias:

Guía Docente – Prácticas Externas  
Ver Evidencia: **EV1.10.ESIC**

4º	A	24	Prácticas Externas	OB	<a href="#">Guía Docente de la Asignatura</a>
----	---	----	--------------------	----	---

Reglamento de Prácticas Externas  
Ver Evidencia: **EV1.11.ESIC**

<http://www.esic.edu/pdf/version-13-reglamento-de-practicas-academicas-externas-de-los-estudiantes-universitarios.pdf>

Fichas de Evaluación Prácticas Tutorías – Plantillas  
Ver Evidencia: **EV1.12.ESIC**

Actas de Reuniones Asignatura Prácticas Externas  
Ver Evidencia: **EV1.1.ESIC**

Listado de las memorias finales de prácticas con indicación de las empresas / o instituciones con los que se han hecho efectivos los convenios de prácticas.  
Ver Evidencia: **EV1.8**

## CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

### Estándar de Evaluación

El programa formativo está actualizado y se ha implantado de acuerdo a las condiciones establecidas en la memoria verificada y/o sus posteriores modificaciones.

### DIRECTRIZ 1.3

#### Directrices de Evaluación

Los criterios de admisión aplicados permiten que los estudiantes tengan el perfil de ingreso adecuado para iniciar estos estudios y en su aplicación se respeta el número de plazas ofertadas en la memoria verificada.

Elementos a valorar en esta directriz:

- Se tendrá en cuenta que el número de estudiantes matriculado en el título no supera lo aprobado en la memoria de verificación y/o sus sucesivas modificaciones informadas favorablemente.

#### Evidencias:

Memoria Verificada:

Ver Evidencia: **EV1.7.ESIC**

[http://www.esic.edu/pdf/calidad/madrid/memoria\\_grado\\_marketing\\_2016.pdf](http://www.esic.edu/pdf/calidad/madrid/memoria_grado_marketing_2016.pdf)

Informes Finales de Verificación y Modificación

Ver Evidencia: **EV1.7.ESIC**

[http://srv.aneca.es/ListadoTitulos/sites/default/files/informes/verificacion/InformeFinal\\_1087-2009.pdf](http://srv.aneca.es/ListadoTitulos/sites/default/files/informes/verificacion/InformeFinal_1087-2009.pdf)

[http://www.esic.edu/pdf/informe\\_final\\_1\\_grado\\_de\\_marketing\\_urjc\\_2501300\\_2013.pdf](http://www.esic.edu/pdf/informe_final_1_grado_de_marketing_urjc_2501300_2013.pdf)

[http://www.esic.edu/pdf/informe\\_final\\_2\\_grado\\_de\\_marketing\\_urjc\\_2501300\\_2014.pdf](http://www.esic.edu/pdf/informe_final_2_grado_de_marketing_urjc_2501300_2014.pdf)

Requisitos de Acceso.

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=requisitos\\_acceso](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=requisitos_acceso)

Preinscripción y Admisión.

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=requisitos\\_preinscripcion](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=requisitos_preinscripcion)

Matrícula

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=requisitos\\_matricula](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=requisitos_matricula)

Perfil de Entrada

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=perfil\\_entrada](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=perfil_entrada)

Informe Anual de Titulación.

Ver Evidencia: **EV.INFORME.ESIC Apartado 2.8 – Datos de Matrícula**

[http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=garantia\\_manual\\_resultados](http://www.esic.edu/es/grado-oficial-marketing/?s=garantia_manual_resultados)

Política de Admisiones de Grado

Ver Evidencia: **EV1.4.ESIC**

Comunicación de ESIC a la URJC solicitando ampliación de plazas del Título.

Ver Evidencia: **EV1.3.ESIC**