

## RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN INFORME FINAL

### DATOS DEL TÍTULO

<b>Número de Expediente (RUCT):</b>	2501304
<b>Denominación Título:</b>	Grado en Marketing y Gestión Comercial
<b>Universidad responsable:</b>	Universidad CEU San Pablo
<b>Universidades participantes:</b>	Universidad San Pablo-CEU
<b>Centro en el que se imparte:</b>	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
<b>Nº de créditos:</b>	240
<b>Idioma:</b>	Español
<b>Modalidad:</b>	

### MIEMBROS DEL COMITÉ DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

<b>Presidente del Pleno:</b>	Federico Morán Abad
<b>Experto externo:</b>	Rosa de Couto Gálvez
<b>Vocal estudiante:</b>	Silvia Maiorana
<b>Presidente Comité Artes y Humanidades:</b>	Manuel González Morales
<b>Presidente Comité Ciencias:</b>	Celso Rodríguez Fernández
<b>Presidente Comité Ciencias de la Salud:</b>	Francisco Javier Castillo García
<b>Presidente Comité Ciencias Sociales y Jurídicas:</b>	Eduardo García Jiménez
<b>Presidente Comité Ingeniería y Arquitectura:</b>	Enrique Masgrau Gómez
<b>Secretario:</b>	Concha Serrano Alcaide

Conforme a lo establecido en el artículo 27bis del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, la Fundación para el Conocimiento madrimasd ha procedido a evaluar la propuesta de acreditación del plan de estudios del título universitario oficial arriba referenciado cuya solicitud fue presentada en virtud de la Orden 2934/2015, de 23 de septiembre, de la Consejería de Educación, Juventud y Deporte, por la que se establecen los plazos para solicitar la renovación de la acreditación en el año 2016 de los títulos oficiales de Grado y Máster en el ámbito de la Comunidad de Madrid.

La evaluación se ha llevado a cabo de acuerdo con los criterios y directrices establecidos en la *Guía de evaluación para la renovación de la acreditación de títulos oficiales de Grado y Máster* de la Fundación y teniendo en cuenta la evaluación externa realizada por el Panel de expertos que ha visitado la universidad y el Informe provisional emitido por el Comité de rama.

### VALORACIÓN GLOBAL DEL TÍTULO

Transcurrido el plazo de veinte días para la presentación de alegaciones al Informe provisional y considerando la información disponible del título incluida en el dossier de acreditación y, en su caso, las alegaciones y/o Plan de Mejora presentadas por la universidad, este Comité de Evaluación y Acreditación emite el siguiente Informe final de renovación de la acreditación en

términos de **FAVORABLE**. Este informe debe hacerse público en la página web del propio título de forma fácilmente accesible.

## CUMPLIMIENTO DE LOS CRITERIOS

### DIMENSIÓN 1. La gestión del título

#### Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

*EL PROGRAMA FORMATIVO ESTÁ ACTUALIZADO Y SE HA IMPLANTADO DE ACUERDO A LAS CONDICIONES ESTABLECIDAS EN LA MEMORIA VERIFICADA Y/O SUS POSTERIORES MODIFICACIONES.*

##### VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 1.:

El Grado en Marketing y Gestión Comercial de la Universidad CEU San Pablo, verificado por la ANECA el 23/04/2009, consta de 240 créditos y se ha implantado en español e inglés según prevé la memoria de verificación y las sucesivas modificaciones realizadas en 2013 y 2016. El plan de estudios implantado se corresponde con el verificado.

Las guías docentes disponen de una estructura común en la que incorporan información del plan de estudios, del profesorado, contenidos, actividades formativas, metodologías y criterios de evaluación. La información de las guías coincide con la establecida en la memoria de verificación salvo alguna excepción.

Las Prácticas externas son obligatorias y suponen 12 créditos. El título dispone de suficientes convenios de prácticas con empresas para asegurar la realización de las mismas por parte de todos los alumnos. Concretamente se han ofertado el último curso 490 puestos para una media de 150 estudiantes. Esto ha permitido a los estudiantes que lo han deseado realizar, además, prácticas extracurriculares.

La normativa sobre permanencia y reconocimiento y transferencia de créditos se aplica correctamente, aunque conviene ajustar valores en cuanto al reconocimiento de créditos por Estudios Superiores no universitarios.

En el período comprendido entre 2009 y 2015 la matrícula de nuevo ingreso en el Grado sobrepasó significativamente a la inicialmente verificada de 80. En 2016 se solicita modificación en este aspecto en el que se establece en 160 las plazas de nuevo ingreso.

No conocemos el número de alumnos por grupo durante los pasados cursos académicos, pero sí tenemos la valoración que hacen los profesores.

Respecto al proceso de admisión, en la web de la Universidad CEU San Pablo aparece una pestaña en la que bajo el título "admisión y matrícula de grado" se detallan las etapas por las que tiene que pasar un estudiante de Grado de primer año. Si el Grado se va a cursar en inglés, tanto las pruebas como la entrevista se hacen en lengua inglesa y se incluye un test de nivel de idioma.

No se contemplan complementos formativos.

#### Criterio 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

*LA INSTITUCIÓN DISPONE DE MECANISMOS PARA COMUNICAR DE MANERA ADECUADA A TODOS LOS GRUPOS DE INTERÉS LAS CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA Y DE LOS PROCESOS QUE GARANTIZAN SU CALIDAD.*

##### VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 2.:

En general, a web del Título incluye información suficiente.

No obstante, existe información que debería completarse como los criterios de admisión que se utilizan. En las memorias, verificada y modificadas, se pondera la importancia de las pruebas de acceso y la entrevista para las diferentes procedencias del estudiantes (Bachiller, FP, alumno CEU...). Esta información no se publica en la web.

No se especifica la forma de admisión para el caso de estudiantes en posesión del título de Bachillerato Europeo o del diploma de Bachillerato Internacional, contemplado en la memoria.

En el apartado de "transferencia de créditos" que aparece en la web se accede a la normativa general. La información más específica, por ejemplo, las tablas en las que se informa del reconocimiento de créditos de FPI y FP II y se establece la equivalencia de asignaturas, aparece en la pestaña de "normativa".

El buzón de quejas y reclamaciones está detallado en el apartado de "calidad" del Título (junto con información sobre el SGIC y los informes de verificación y seguimiento).

### **Criterio 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC)**

*LA INSTITUCIÓN DISPONE DE UN SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD FORMALMENTE ESTABLECIDO E IMPLEMENTADO QUE ASEGURA, DE FORMA EFICAZ, LA MEJORA CONTINUA DEL TÍTULO.*

#### **VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 3.:**

La Universidad CEU-San Pablo dispone de un Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC) que se despliega para cada centro (cada uno tiene su propio manual de procesos). La composición de la CIC está publicada en la web y en ella están representados profesores, PAS y alumnos. Como se establece en el SGIC, las reuniones se realizan con carácter semestral.

Existe una Subcomisión de Calidad específica del título de Marketing, en la que también están representados profesores, PAS y alumnos. Para estos mismos cursos, se aportan como evidencias informes realizados internamente en los que se analizan tanto las tasas de rendimiento y éxito, como los resultados obtenidos en las encuestas a estudiantes, egresados, profesores, PAS y empleadores. Como antes hemos comentado no se dispone de información sobre las tasas de graduación y abandono, por lo que estas no se incluyen en los análisis que aparecen en los informes internos.

Se dispone de un mecanismo para recoger las quejas y reclamaciones. Existe un Defensor del Estudiante que tramitó unas 35 reclamaciones.

---

## **DIMENSIÓN 2. Recursos**

### **Criterio 4. PERSONAL ACADÉMICO**

*EL PERSONAL ACADÉMICO QUE IMPARTE DOCENCIA ES SUFICIENTE Y ADECUADO, DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL TÍTULO Y EL NÚMERO DE ESTUDIANTES.*

#### **VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 4.:**

El profesorado académico es adecuado y suficiente de acuerdo a las características del título y conforme a lo previsto en la Memoria. El claustro que ha impartido docencia en el título durante el curso 2015/16 está compuesto por 82 profesores, de los cuales 57 son doctores (un 69,51%) y 31 están acreditados (un 54,39% de los doctores). Los profesores a tiempo completo imparten el 80,8% de los créditos del título, mientras que la dedicación del profesorado a tiempo parcial se corresponde con el 19,2% restante. En relación con la experiencia docente o profesional del profesorado, el 84,15% presenta más de 10 años de actividad, el 9,76% posee una experiencia entre 5 y 10 años y el 6,10% tiene menos de 5 años de actividad docente o profesional.

Con relación a la información de la página web, se observa que se ha cumplido la recomendación recogida en el informe de seguimiento de 2012 de ampliar la información de profesorado incluyendo el porcentaje de doctores, categorías profesionales, dedicación al título y acreditación. Además, en la web se puede consultar el curriculum de la plantilla docente.

Los estudiantes valoran de forma satisfactoria la actividad docente del profesorado.

Los profesores cuentan con un plan de formación (nuevas metodologías docentes, software...). Durante las audiencias se corrobora la existencia de un catálogo formativo de la Universidad CEU-San Pablo que se imparte en los periodos no lectivos. No obstante, desconocemos el nivel de participación de los profesores de Marketing y Gestión Comercial en los cursos que se ofrecen.

Respecto al aumento de la plantilla del PDI, en la memoria de modificación del grado presentada en 2015, se requería incrementar el personal docente en 2,84 profesores equivalentes a tiempo completo. La universidad ha hecho frente a este compromiso mediante la contratación del equivalente a 3,20 profesores a tiempo completo en el curso 2016/17.

Se evidencia que el profesorado ha tenido un exceso de carga docente pero que en ningún caso ha repercutido en la adquisición de conocimientos por parte de los alumnos.

---

### **Criterio 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS**

*EL PERSONAL DE APOYO, LOS RECURSOS MATERIALES Y LOS SERVICIOS PUESTOS A DISPOSICIÓN DEL DESARROLLO DEL TÍTULO SON LOS ADECUADOS EN FUNCIÓN DE LA NATURALEZA, MODALIDAD DEL TÍTULO, NÚMERO DE ESTUDIANTES MATRICULADOS Y COMPETENCIAS A ADQUIRIR POR LOS MISMOS.*

#### **VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 5.:**

El personal de apoyo es suficiente para dar soporte a la docencia, tal y como se recoge en las evidencias presentadas. Resultan

muy favorables los servicios de orientación académica en especial la atención personalizada.

La gestión de las Prácticas externas es bien valorada. La Universidad cuenta con una plataforma para el desarrollo profesional de los alumnos y egresados a través de la cual se puede acceder a ofertas de trabajo nacionales e internacionales (Programa de Carreras Profesionales o Career Center).

Existen programas de movilidad al alcance de los alumnos.

El título dispone de las infraestructuras materiales adecuadas para el desarrollo de la docencia.

Además de las aulas propiamente dichas, la Universidad pone a disposición de los alumnos otros espacios necesarios para el ejercicio de la docencia, como, por ejemplo, salas de informática (una de ellas con ocho terminales de Bloomberg), aulas para el trabajo en equipo, biblioteca, etc.

Se han eliminado las barreras arquitectónicas.

El título dispone de la plataforma tecnológica Blackboard Learning System que se utiliza para dar soporte al despliegue de las asignaturas.

---

### **DIMENSIÓN 3. Resultados**

#### **Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

*LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE ALCANZADOS POR LOS TITULADOS SON COHERENTES CON EL PERFIL DE EGRESO Y SE CORRESPONDEN CON EL NIVEL DEL MECES (MARCO ESPAÑOL DE CUALIFICACIONES PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR) DEL TÍTULO.*

##### **VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 6.:**

Las actividades formativas, las metodologías docentes y los criterios de evaluación son adecuados, por lo que consideramos que el título permite la adquisición de los resultados de aprendizaje previstos y que se corresponde al nivel del MECES de un Grado. Si bien, a pesar de que el número de alumnos matriculados ha superado durante algunos años al de plazas aprobadas y a que los criterios de evaluación en algunas asignaturas no se han ajustado estrictamente a la guía, se confirma la adquisición de los resultados de aprendizaje previstos.

En relación a las Prácticas externas, el título cuenta con suficientes convenios de prácticas con empresas para asegurar la realización de las mismas por parte de todos los alumnos. Hay una guía de Prácticas externas en la que se detalla el procedimiento de asignación y los agentes participantes. La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales apoya al alumno en el proceso de las prácticas con foros de empleo y seminarios específicos.

La guía docente del Trabajo Fin de Grado se corresponde con la memoria modificada. Se constata que existe un sistema preestablecido de asignación del tema, donde aparece una relación de los trabajos ofertados y los departamentos. Los alumnos eligen en función de su posición en el ranking de calificaciones del Grado. Los contenidos de los TFG son adecuados a la titulación.

---

#### **Criterio 7. INDICADORES DE RENDIMIENTO Y SATISFACCIÓN**

*LOS RESULTADOS DE LOS INDICADORES DEL PROGRAMA FORMATIVO SON CONGRUENTES CON EL DISEÑO, LA GESTIÓN Y LOS RECURSOS PUESTOS A DISPOSICIÓN DEL TÍTULO Y SATISFACEN LAS DEMANDAS SOCIALES DE SU ENTORNO.*

##### **VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 7.:**

Las tasas recogidas en la memoria son: tasa de eficiencia=76%, tasa de graduación=80%, tasa de abandono=30 %, Además se incluye como nuevo indicador la tasa de éxito, que se estima en un 72%. Las evidencias aportadas indican lo siguiente:

La tasa de eficiencia durante los cuatro primeros cursos ha estado por debajo del 76% y durante los tres últimos por encima.

La tasa de graduación de la promoción del 2009/10 se situó en un 17%, por lo que se aleja mucho de la tasa establecida en la memoria verificada. Respecto a esta tasa, parece que se ve afectada por el hecho de cursar dobles titulaciones, lo que hace que sea difícil cumplir con los plazos establecidos.

La tasa de abandono ha llegado a superar el 60% en el curso 20010/11. Existen cuatro cursos en los que ha superado el 40%. En su mayoría, aproximadamente un 50% de los estudiantes que abandonan, lo hacen debido a los requisitos de permanencia (han de superar el 50% de los créditos matriculados para pasar de curso) o a que se decantan por un solo Grado.

La tasa de éxito es de un 78,93% en el último curso académico.

Respecto a la satisfacción de los diferentes colectivos implicados en la docencia, en primer lugar, hemos de señalar que se realizan encuestas anuales que atañen a todos los grupos de interés -estudiantes, egresados, profesorado, PAS y tutores empresariales de las prácticas. Destaca el significativo % de respuestas.

Los niveles de satisfacción con los diferentes aspectos evaluados por los diferentes colectivos están en niveles medio/altos.

De los resultados de las encuestas de inserción laboral realizadas en 2015 y 2016 a los egresados de los cursos 2012/2013 y 2013/2014, se desprende una tasa media de inserción laboral de los alumnos del Grado en Marketing y Gestión Comercial del 88,34%.

**RECOMENDACIONES:**

**CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO**

1.- Es imprescindible que la institución respete siempre el límite del número de plazas aprobadas.

**CRITERIO 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA**

1.- Se recomienda completar la información del título en la página web así como reorganizar la existente para dar mayor visibilidad a contenidos que son importantes para los futuros estudiantes.

**CRITERIO 7. INDICADORES DE RENDIMIENTO Y SATISFACCIÓN**

1.- Se recomienda implantar mecanismos eficientes para mejorar la tasa de graduación del título.

En Madrid, a 10 de mayo de 2017

Fdo.: Federico Morán Abad

El Presidente del Comité de Evaluación y Acreditación

---