

RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN INFORME FINAL

DATOS DEL TÍTULO

Número de Expediente (RUCT):	2501226
Denominación Título:	Grado en Dirección Comercial y Marketing
Universidad responsable:	Universidad Alfonso X el Sabio
Universidades participantes:	Universidad Alfonso X El Sabio
Centro en el que se imparte:	Facultad Estudios Sociales
Nº de créditos:	240
Idioma:	Español
Modalidad:	

MIEMBROS DEL COMITÉ DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Presidente del Pleno:	Jesús Sanchez Martos
Experto externo:	Rosa de Couto Gálvez
Vocal estudiante:	Silvia Maiorana
Presidente Comité Artes y Humanidades:	Manuel González Morales
Presidente Comité Ciencias:	Celso Rodríguez Fernández
Presidente Comité Ciencias de la Salud:	Francisco Javier Castillo García
Presidente Comité Ciencias Sociales y Jurídicas:	Eduardo García Jiménez
Presidente Comité Ingeniería y Arquitectura:	Enrique Masgrau Gómez
Secretario:	Oscar Vadillo Muñoz

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 el Plan de Mejora presentado por la universidad o, en su caso, las modificaciones que debe asumir, 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.

Sin embargo, este título está sometido a un especial seguimiento: la universidad, en el plazo máximo de dos años, a contar desde la fecha de efecto de renovación de acreditación (resolución del Consejo de Universidades) que aparece en el RUCT, remitirá un informe con las evidencias que justifiquen el cumplimiento del Plan de Mejora o de haber asumido las modificaciones indicadas, lo que será evaluado por la Fundación. En caso de que, tras el seguimiento de la implantación de dicho Plan, no se cumpla con lo que en él se especifica, la Fundación informará al Consejo de Universidades. 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.:

D: El criterio no logra el nivel mínimo requerido para llegar al estándar y será necesario implementar las modificaciones indicadas en el presente Informe.

Justificación de la valoración:

El título de Graduado o Graduada en Dirección Comercial y Marketing por la Universidad Alfonso X el Sabio (GDC) recibió Informe de verificación por la agencia ANECA el 28/07/2009, comenzado su impartición en el curso 2010-11. El tipo de enseñanza es presencial para 40 plazas de nuevo ingreso cada curso académico, siendo el castellano la única lengua de impartición común establecida. No se ha producido modificación alguna en la memoria del título.

Los alumnos disponen de la información de las asignaturas correspondientes al curso académico en vigor, las cuales se suceden con un criterio lógico. No se dispone de la información sobre el profesorado que va a impartir cada asignatura ni las guías docentes de cursos anteriores. La información disponible en la web del título sobre el plan de estudios recoge, para cada asignatura, los objetivos, competencias, resultados del aprendizaje, descripción de contenidos, actividades formativas, sistema de evaluación y bibliografía.

El plan de estudios se ha implantado según lo propuesto, estando la planificación de asignaturas acorde a lo recogido en la Memoria de Verificación.

En la descripción de las actividades formativas no se especifica la duración de las mismas, y en algunos casos, se mezcla la explicación de las actividades formativas con el sistema de evaluación, como ocurre con la de la asignatura 'Introducción al Derecho'.

Asimismo, en las fichas de las asignaturas proporcionadas como evidencias del título, se contiene la denominación de la asignatura, su ubicación temporal en el plan de estudios, competencias genéricas y específicas, resultados de aprendizaje, tipos de actividades formativas y sistema de evaluación con rangos de ponderación de los diversos instrumentos de evaluación según se recoge en la memoria de verificación, es decir, sin concretar. En estas fichas no se contiene información del profesor ni los contenidos a desarrollar ni la bibliografía. A partir de estas dos evidencias sobre la información de cada asignatura, no queda claro cuál es el sistema de evaluación y las ponderaciones aplicadas a cada instrumento de evaluación. Y por otro lado, se aportan como evidencias las guías académicas completas de 6 asignaturas que coinciden con la información disponible en la web para cada asignatura. Las competencias recogidas en estas fichas de asignatura se corresponden con las propuestas en la memoria.

No se evidencia que los alumnos dispongan de la información sobre los profesores que las van a impartir con suficiente anticipación.

Se lleva a cabo una planificación de la actividad docente, como revela la existencia de una distribución detallada de actividades para cada asignatura. No obstante, la distribución de actividades formativas se hace distinguiendo entre 'Clase magistral', 'Seminario' y 'Evaluación', no especificándose el segundo tipo de actividades formativas establecido en la Memoria ('Realización de casos prácticos'), ni pudiéndose verificar el cumplimiento de la distribución de horas para cada actividad formativa establecido

en la memoria. Sí existe una planificación temporal de actividades en las guías disponibles en la web. Sin embargo, no se detalla la distribución en horas (o créditos) de las diversas actividades formativas de cada asignatura. La ratio profesor/alumno se ha mantenido en unos bajos niveles debido al limitado número de alumnos de nuevo ingreso matriculados, habiendo oscilado el porcentaje de cobertura entre el 28-67%.

Existe una normativa para el reconocimiento y transferencias de créditos disponible en la web. No obstante, no se aporta información sobre créditos reconocidos por ningún concepto ni a ningún estudiante, no habiéndose establecido en la Memoria posibilidad de reconocimiento por enseñanzas superiores no universitarias, ni por títulos propios ni por experiencia laboral y profesional acreditada.

Para la coordinación vertical, existe un Coordinador de cada asignatura con un conjunto de responsabilidades y tareas para la coordinación de cada asignatura. En las evidencias se aportan ejemplos de actas de coordinación de asignatura. En relación con la coordinación horizontal, el Jefe de Estudios es responsable de la misma con unas funciones definidas, tanto en los aspectos académicos como administrativos, así como referente para alumnos y resto de ámbitos de la universidad. La Decana del Centro desempeña también la función de Jefa de Estudios del título. Entre las funciones del Jefe de Estudios se encuentran la coordinación entre asignaturas y la detección y reducción de solapamientos. Para la evaluación de las prácticas externas, se distribuye una encuesta entre los estudiantes. Durante las audiencias se ha constatado el esfuerzo e interés de la Universidad por llevar a cabo una coordinación del título de forma satisfactoria.

En la web se informa del proceso de admisión, especificándose los requisitos necesarios según la vía de acceso del alumno. Asimismo, se especifican las pruebas de admisión a realizar, las cuales están establecidas en la Memoria de Verificación. Para el caso de solicitantes extranjeros que tengan la nacionalidad de un país en el que el español no sea el idioma oficial realizarán una prueba de lengua española en su proceso de admisión. A los alumnos preinscritos se les comunica su aceptación de admisión. El número de alumnos matriculados está notablemente por debajo de lo recogido en la Memoria de Verificación. Así, los porcentajes de cobertura han sido del 35%, 28% y 50% para los cursos académicos 2013-14, 2014-15 y 2015-16, respectivamente. La inmensa mayoría de ellos simultanea sus estudios con los del Grado en Administración y Dirección de Empresas.

Los sistemas de transferencia y reconocimiento de créditos contemplados en la memoria de verificación tienen en cuenta las competencias previas adquiridas por los estudiantes, siendo la mayoría de reconocimientos a estudiantes procedentes del Grado Administración y Dirección de Empresas (GAM).

Las prácticas externas son obligatorias dentro del plan de estudios y los acuerdos o incidencias son coordinadas entre la facultad y la empresa. Las prácticas tienen una jornada laboral no superior a 5 horas diarias donde se intenta en lo posible ajustarse al horario del estudiante. La duración estimada de las prácticas para el Grado en Dirección Comercial y Marketing es de 282 horas en total al igual que para el Grado en Administración y Dirección de Empresas. Por tanto, los estudiantes matriculados en los dos títulos deben realizar 564 horas (282 h. + 282 h) en el mismo curso académico, lo cual supone un particular esfuerzo y complejidad de seguimiento de clases para los estudiantes que simultanean ambos títulos. En el curso anterior (2015-2016) un total de 12 estudiantes se matricularon y superaron las prácticas externas. La carga de trabajo recogida en el Plan de estudios para estos alumnos es excesiva, según lo previsto en el Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional, que señala que la asignación de créditos, y la estimación de su correspondiente número de horas, se entenderá referida a un estudiante dedicado a cursar a tiempo completo estudios universitarios durante un mínimo de 36 y un máximo de 40 semanas por curso académico. El número mínimo de horas, por crédito, será de 25, y el número máximo, de 30. Las asignaturas impartidas en el título corresponden con las indicadas en la memoria de verificación. La implementación del título se ha realizado ofertando el conjunto de asignaturas básicas, obligatorias y prácticas externas en cuatro cursos académicos, aunque de las 14 asignaturas optativas propuestas en la memoria de verificación se han ofertado 6. De acuerdo con la información disponible en la web, 2 de estas optativas son asignaturas obligatorias en GAM y otra es también optativa de GAM. Al limitarse la optatividad de forma tan significativa, supone una limitación en el desarrollo curricular del Grado de Dirección Comercial y Marketing objeto de acreditación.

La universidad oferta de forma específica Grado en Dirección Comercial y Marketing de manera conjunta con el Grado en ADE, organizando ambos estudios en cuatro cursos académicos, opción que realizan la inmensa mayoría de los alumnos del título de GDC. Por ello, es preciso señalar varias cuestiones. Tanto GDC como GAM constan de 240 créditos y cada uno está organizado en cuatro cursos académicos. La universidad oferta de forma específica el "Doble Grado en Administración y Dirección de Empresas y Grado en Dirección Comercial y Marketing", con 288 créditos y organizado también en cuatro cursos académicos. En este caso, se oferta una organización del plan de estudios cerrada, sin optativas. Además, se utiliza una terminología de 'Doble grado'. El examen detallado del plan de estudios de ambos títulos y de la organización simultánea revela una limitada diferenciación entre estudiar uno de los títulos o los dos simultáneamente de 48 créditos (que incluye 12 de Prácticas Externas y 6 de Trabajo Fin de Grado). Además, el estudio simultáneo del GDC y GAM supone que el estudiante no curse 4 de las 6 optativas que se ofertan en el GDC ('Marketing directo y relacional', 'Coaching y desarrollo profesional', 'Métodos econométricos de estimación y predicción' y 'Planificación de medios publicitarios'), limitándose el desarrollo curricular del título GDC. Asimismo, una consecuencia no

deseable de esta simultaneidad es la elevada carga lectiva para el alumnado en los últimos cursos académicos (78 créditos en 3º y 78 créditos en 4º).

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.:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración:

El título pone a disposición de todos los grupos de interés información suficiente para una adecuada toma de decisiones. La web es canal de información más relevante. Desde la misma, tanto futuros alumnos como alumnos actuales pueden acceder a información relevante de forma directa. Los futuros alumnos pueden acceder a toda la información sobre aulas, guías docentes, horarios, matrículas, tarifas, número de plazas, nota de corte del último año. También desde la sección de prácticas está fácilmente accesible la información para empresas sobre como formalizar prácticas.

Las guías docentes son abiertas y públicas, están actualizadas y se pueden acceder desde la página del título. Las guías docentes tienen toda la información necesaria para una adecuada toma de decisiones por parte de los grupos interesados. Las guías docentes son homogéneas y contienen la información necesaria.

La página web de la Universidad presenta buenos niveles de accesibilidad a la información pública analizada en el proceso de seguimiento y una adecuada estructuración de contenidos y de síntesis de la información.

En la implementación del plan de estudios se ha avanzado notablemente en superar las advertencias y recomendaciones explicitadas en el informe previo de seguimiento. El criterio se cumple completamente en cuanto a "descripción del título" y "acceso y admisión". Se cumple el criterio completamente en cuanto al plan de estudios, con las guías docentes de todas las asignaturas del plan. Existe información pública sobre profesorado/ recursos humanos, pero no se facilitan los CV del profesorado en la página web. Existe información sobre recursos/aulas/horarios. La información sobre organización, composición y funciones SIGC está accesible desde la web. El buzón de quejas y sugerencias está disponible por titulación.

En la web se hace referencia a la 'Convalidación', cuando es un término que no existe en la normativa universitaria sobre ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales. Incluso, en la evidencia GDC 6.1_11 se recoge una resolución de convalidaciones a una relación de estudiantes. Además, se denomina 'Itinerario' a las posibilidades de cursar de forma simultánea otros estudios, cuando el concepto de 'Itinerario' se refiere a una especialización dentro del mismo título.

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.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

La Universidad Alfonso X el Sabio ha sido acreditada por el programa AUDIT para el diseño y desarrollo de Sistemas de Garantía Interna de Calidad de la formación universitaria.

Toda la información relativa al SGIC se encuentra disponible. Hay información sobre las mejoras implantadas que es directamente accesible, sobre las actas de la comisión de calidad y sobre la inserción laboral de graduados. No se encuentra directamente desde la página web del título información relativa a los CV del profesorado.

La información sobre organización, composición y funciones SIGC está accesible desde la web. El buzón de quejas y sugerencias está disponible por titulación.

El SGIC implementado es suficiente y funciona adecuadamente debido a que permite tanto la recogida y análisis de datos que se traduce en la gestación de planes de mejora que han redundado en mejoras del título. Dispone de procedimientos que facilitan la evaluación y mejora de la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Los coordinadores del título asumen las funciones de informar a las comisiones anteriores de todas las cuestiones relacionadas con el desarrollo de los estudios de la titulación y proponer, en su caso, planes de mejora.

Se aprecia un seguimiento de recomendaciones y unos planes de mejora anuales, así como un análisis cuantitativo y cualitativo de los indicadores de mejora y la identificación de puntos de mejora y puntos fuertes. Se observa que año a año se intentan

traducir dichas recomendaciones de mejora en mejoras materiales del título.

Dispone de encuestas de satisfacción de estudiantes y de profesores. Destaca la alta participación de ambos colectivos en dichas encuestas, lo que indica que están implicados con el objetivo de las mismas. Los procedimientos de análisis y valoración de los resultados son correctos y se corresponden con lo especificado en la Memoria de verificación.

No obstante, no hay evidencia de encuestas a empleadores o análisis de las memorias de prácticas.

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.:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración:

El profesorado que imparte el título se compone de 3 profesores con dedicación exclusiva (de los cuales 2 son doctores y 1 está acreditado), 5 profesores a tiempo completo (de los cuales 4 son doctores y ninguno está acreditado) y 2 profesores a tiempo parcial (ninguno doctor). En total, suponen 10 profesores de los cuales 6 son doctores y 1 está acreditado, es decir, un 60% del profesorado es doctor y un 10% posee algún tipo de acreditación de agencia de calidad. El profesorado profesional supone un 20% en el conjunto. En términos de créditos impartidos, el profesorado doctor supone un 75% de los créditos impartidos mientras que el profesor acreditado supone un 7% del total de créditos. Puede considerarse que la participación en el título de doctores es adecuada, así como su dedicación al título, aunque el porcentaje de profesorado acreditado es muy limitado. En relación a la experiencia académica, los 2 profesores doctores con dedicación exclusiva poseen una experiencia que suma 44 años de docencia, ajustada a lo propuesto en la memoria. Para el caso del profesorado a tiempo parcial, la experiencia docente de 15 años se corresponde con lo establecido en la memoria. No se dispone de los CV abreviados del profesorado en la página web. Se aporta listado de cursos de formación al profesorado, sobre todo de idiomas, voz y uno de enseñanza online. En 2015 se ofertaron 10 cursos que suponen 104,5 horas. No existe información sobre los profesores que han sido formados, su grado de aprendizaje y/o satisfacción con los mismos.

En la planificación docente del título, se observa que algunos profesores imparten un amplio y diverso número de asignaturas (hasta 6 asignaturas diferentes).

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.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

El personal de apoyo asciende a 99 empleados vinculados al centro, no a una titulación. Se realizan actividades para complementar la formación de los estudiantes: conferencias, talleres y asistencia a eventos. Cuenta con un orientador profesional y con un Gabinete Psicopedagógico. Se han seguido las recomendaciones del informe de verificación de 2013, realizando convenios para la movilidad, aunque con una reducida movilidad de salida. La universidad cuenta con la infraestructura y equipamiento adecuados para la realización de las actividades formativas. Las instalaciones de la universidad se adecuan a los criterios de accesibilidad y dispone de una plataforma tecnológica de apoyo para el desarrollo de la docencia (Campus Virtual). La encuesta general de satisfacción realizada al conjunto de estudiantes de la universidad indica unos niveles de satisfacción aceptables con el conjunto de servicios e instalaciones.

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.:

D: El criterio no logra el nivel mínimo requerido para llegar al estándar y será necesario implementar las modificaciones indicadas en el presente Informe.

Justificación de la valoración:

La oferta de forma simultánea con el Grado en ADE no permite afirmar que todos los alumnos que lo cursan adquieren las competencias y los resultados de aprendizaje previstos, ni que responden al perfil de egreso previsto. Por otro lado, la posibilidad de realizar este Grado junto con el de ADE en cuatro años, redundaría en la idea de que el estudiante no puede adquirir el contenido propio de este Grado pues para ello la carga lectiva que tendría que asumir sería excesiva. Así, supone una elevada carga lectiva para el alumnado en los últimos cursos, lo que se pone de manifiesto en los resultados académicos. Se ha constatado que en varias asignaturas el examen final consta de una única pregunta (10 puntos) o de dos (5 puntos cada una) a desarrollar, circunstancia que conviene revisar para asegurarse de permitir valorar el nivel de conocimientos y habilidades según MECES. El TFG implica el diseño de un Marketing Manager Plan, acorde a las características del título. En cuanto a las prácticas, la guía del tutor empresarial no está adaptada a la normativa vigente sobre prácticas en empresa.

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.:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración:

La tasa de eficiencia ha sido superior a lo establecido en la memoria, mientras que las tasas de graduación y de abandono se encuentran muy por debajo de las previsiones realizadas. Este aspecto se justifica por la realización de dos grados simultáneos por el 76% de los estudiantes. El título está verificado para 40 plazas anuales, si bien el número de estudiantes de nuevo ingreso se ha mantenido siempre por debajo de esta cifra. A partir de una encuesta general de satisfacción de los estudiantes de la Universidad los resultados obtenidos son medio altos. En el caso del personal de apoyo, el aspecto peor valorado es la satisfacción con los aspectos relacionados con la formación y mejora continua se valora con 5,8/10. En relación con la situación laboral de los egresados del título, el estudio aportado indica que el 66,7% de los estudiantes trabaja en un puesto profesional relacionado con el título estudiado mientras que el 12,5% trabaja, pero en un puesto no relacionado.

RECOMENDACIONES:

Criterio 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

1. Se recomienda ampliar la información sobre el profesorado en la web.
2. Es necesario revisar algunas expresiones como las referencias a "Convalidación" y a "Itinerario" .

Criterio 4. PERSONAL ACADÉMICO

1. Se recomienda aumentar el porcentaje de profesorado acreditado por agencia de calidad lo que supone potenciar la actividad investigadora del mismo.
2. Se recomienda analizar la docencia de los profesores buscando no concentrar demasiadas asignaturas en una misma persona.

Criterio 7. INDICADORES DE RENDIMIENTO Y SATISFACCIÓN

1. Es necesario analizar los motivos que afectan a los indicadores con malos resultados y establecer acciones de mejora.

MODIFICACIONES NECESARIAS:

Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

1. Es necesario ofrecer la totalidad de las asignaturas optativas incluidas en la Memoria, o en caso contrario proceder a una modificación de la Memoria.
2. Se debe asegurar que el plan de estudios impartido contiene aspectos académicos específicos del Grado en Dirección Comercial y Marketing y garantizar así los resultados de aprendizaje y la adquisición de competencias propias de este Grado.

3. Se debe asegurar que se aplica adecuadamente la normativa de transferencia y reconocimiento de créditos garantizando que la equivalencia entre las competencias de las asignaturas reconocidas con el Grado en ADE.
4. En el caso de cursar dos Grados simultáneos, se debe ajustar el tiempo de impartición a una carga de trabajo apropiada a los créditos que debe cursar un estudiante a tiempo completo para superar los créditos previstos en el Plan de Estudio de los dos Grados. La implementación de los Grados simultáneos en cuatro cursos supone una limitación en el desarrollo curricular del Grado de Dirección Comercial y Marketing, restringiendo la optatividad, suponiendo una escasa diferenciación entre ambos y una elevada carga lectiva por curso académico del alumnado.

Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Se deben adoptar las medidas oportunas para asegurar que los alumnos del Grado en Dirección Comercial y Marketing adquieren los resultados de aprendizaje y las competencias previstas y que se corresponden con el perfil de egreso del título.
2. Se deben revisar los sistemas de evaluación utilizados para asegurarse de permiten valorar el nivel de conocimientos y habilidades según MECES.

ANÁLISIS DEL PLAN DE MEJORA:

La Universidad en el Plan de Mejora presentado atiende las modificaciones del presente Informe.

En Madrid, a 21 de diciembre de 2017

Fdo.: Jesús Sanchez Martos

El Presidente del Comité de Evaluación y Acreditación
