

**Informe final de evaluación del
seguimiento de la implantación
de títulos oficiales**

2012

**GRADO EN MARKETING Y
DIRECCIÓN COMERCIAL**

Facultad de Ciencias Sociales

UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID



VALORACIÓN GLOBAL

Información pública ofrecida por el título en su página web

El presente informe de evaluación del seguimiento de la implantación se realiza a partir de la información disponible en la página web proporcionada por el título en el momento de realizar el proceso de evaluación, por lo que cualquier modificación llevada a cabo con posterioridad no ha sido considerada.

En el proceso de evaluación se han detectado las siguientes deficiencias que requieren una inmediata actuación por parte de la Universidad: Se deberá proceder a la corrección de la información referida en la página de la titulación con respecto al nombre correcto y al lugar donde se imparte ajustándolo a lo verificado por ANECA.

Además de los aspectos señalados en el párrafo anterior, el título deberá proceder a mejorar la accesibilidad al sistema de quejas y reclamaciones y al reconocimiento y transferencia de créditos, definición de la estructura del Máster y de los profesores que lo conforman.

En el anexo detallado de evaluación se hacen constar la totalidad de advertencias y recomendaciones que deberán ser corregidas para futuros seguimientos al objeto de orientar al título a la mejora continua.

Con independencia de lo anterior, se valora positivamente el esfuerzo realizado para cumplir los criterios de claridad, accesibilidad, transparencia y publicidad.

Autoinforme realizado por el título

Este informe de evaluación se realiza a partir del autoinforme de seguimiento presentado por el título en los plazos establecidos por la convocatoria y una vez estudiadas las alegaciones formuladas.

A la hora de valorar los aspectos estrechamente ligados a la mejora de la calidad del título, se considera que el rigor exigible, debe tener en cuenta que todos los actores del proceso se encuentran ante la primera experiencia en la formulación y valoración de un informe de seguimiento de la implantación de un título.

En el proceso de evaluación se han detectado las siguientes deficiencias que requieren una inmediata actuación por parte de la Universidad: Corrección de la representación de su SIGC y de los cálculos correctos de indicadores y su análisis.

GRADO EN MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL

Facultad de Ciencias Sociales

UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID

Además de los aspectos señalados en el anterior párrafo, el título deberá proceder a la corrección de su sistema de quejas y reclamaciones y de análisis de puntos fuertes y débiles, de manera que se ajuste a las características de la titulación.

Finalmente, en el anexo detallado de evaluación del autoinforme se hacen constar la totalidad de advertencias y recomendaciones que deberán ser corregidas para futuros seguimientos, al objeto de orientar al título a la mejora continua.

GRADO EN MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL

Facultad de Ciencias Sociales

UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID

ANEXO I

1. INFORMACIÓN PÚBLICA

Comentario	Tipo
La información ofrecida sobre este grado en la url de la Facultad http://www.uem.es/es/oferta-academica/grado/titulaciones?school=51 muestra este grado dividido en función de las diferentes modalidades de impartición y campus donde se imparte, cuando se accede a los contenidos no todos incluyen el mismo nivel de información, lo que se considera que genera confusión y es poco intuitivo para estudiantes y evaluadores.	Advertencias
No se ha encontrado constancia en la memoria de verificación sobre la naturaleza de la colaboración establecida entre la Facultad de Ciencias Sociales del Campus de Villaviciosa de Odón con otro campus mencionado que es el de la Moraleja. Se ruega a la Universidad que aclare este punto	Advertencias
En la última modificación aprobada por ANECA sólo se contemplan dos modalidades de impartición la presencial y la "on line", se ruega a la Universidad que explice cómo se desarrolla la impartición en el denominado "horario compatible con la actividad profesional"	Advertencias
Es preciso mejorar el grado de accesibilidad y el contenido de las normas de matriculación referidas al número mínimo y máximo de créditos del que puede matricularse un estudiante a tiempo completo y a tiempo parcial de acuerdo con los diferentes tipos de impartición ofrecidos.	Recomendaciones
Se estima conveniente mejorar la accesibilidad a las normas de permanencia desde la página web del título y que ésta contemple las normas que afectan a las diferentes modalidades de impartición.	Recomendaciones
Al ofrecerse el título con la posibilidad de cursarlo en inglés en diferentes porcentajes, es recomendable que la Universidad informe del nivel que se considera necesario para el óptimo seguimiento de la impartición.	Recomendaciones
El número de plazas de nuevo ingreso ofertadas deben aparecer desglosadas para cada centro y en su momento modalidad (Villaviciosa y La Moraleja).	Recomendaciones
La información sobre convalidaciones (reconocimiento y transferencia de créditos), que aparece en la Normativa General de la universidad (Título VIII, art 1) no especifica el número mínimo de créditos correspondientes a materias de formación básica, participación en actividades universitarias, o los reconocidos a partir de la experiencia profesional o laboral (apartados a, d y e). Del mismo modo, esa información debería recoger que en ningún caso puede ser objeto de reconocimiento el Trabajo Fin de Grado.	Advertencias
Unificar los datos y apartados ofrecidos en las guías docentes. Incluir el carácter de la asignatura, duración y ubicación temporal, y junto con las competencias a alcanzar, especificar su concreción en resultados de aprendizaje.	Advertencias

GRADO EN MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL

Facultad de Ciencias Sociales

UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID

En la modalidad no presencial, las guías docentes deben recoger las particularidades de esta opción, sobre todo las referentes a criterios de evaluación, existencia de materiales formativos específicos, adquisición de competencias y mecanismos con los que se cuenta para controlar la identidad de los estudiantes en los procesos de evaluación.	Advertencias
Clarificar datos referentes al profesorado de esta titulación específica, con el fin de que se pueda realizar el análisis oportuno. En la web aparece la composición del claustro de profesores (74), en la memoria se reflejan, en el punto 6.6.1 los profesores "disponibles" (85), y en el 6.6.1. la "previsión de profesores" (39).	Recomendaciones
Ofrecer la información de acuerdos y convenios (tanto para movilidad como para prácticas) con las diferentes empresas por titulación, y no por Facultad, ya que se está ofreciendo la misma información al alumno de este grado, que al que estudia Criminología (Área Jurídica) o Educación Infantil. Especificar el proceso de selección de los alumnos.	Recomendaciones
Se recomienda mejorar el nivel de accesibilidad al SIGC del título	Recomendaciones
Es imprescindible que la Universidad mejore la accesibilidad al sistema de quejas y reclamaciones en el que se recomienda que se implanten canales alternativos y complementarios al del Defensor Universitario.	Recomendación

ANEXO II

2. AUTOINFORME

Estructura y funcionamiento del Sistema de Garantía de Calidad del Título/Centro

Comentario	Tipo
En la composición del SIGC aportado no aparece la representatividad necesaria de todos los colectivos de interés	Advertencias
No existe una descripción de las normas de funcionamiento y sistema de toma de decisiones. Para futuros procesos de evaluación debería aportarse información sobre los acuerdos adoptados en cada una de las reuniones.	Advertencias

Indicadores cuantitativos

Comentario	Tipo
Incluir un análisis sobre los indicadores expuestos y su evolución acerca del dato de plazas de nuevo ingreso de cada año, y la baja tasa de cobertura.	Advertencias
En el número de estudiantes de nuevo ingreso no se deben incluir aquellos que acceden por traslado de expediente	Advertencias
La oferta de plazas de nuevo ingreso que se especifica en la página web del título y en la memoria de verificación distan bastante de las que aparecen en el autoinforme, se intuye que puede deberse a las plazas que se detraen de la oferta principal para realizar otros dobles grados. Se recomienda que la universidad aclare este punto.	Recomendaciones

Sistemas para la mejora de la calidad del título

Comentario	Tipo
En lo relativo a los mecanismos de coordinación docente se hace una descripción detallada de los que se han establecido indicando el grado de implantación abordado en cada uno de ellos. Para futuros informes, se recomienda que se incluyan aquellos temas más destacados que hayan sido objeto de tratamiento en este ámbito de actuación así como las mejoras implantadas de modo que se pueda abordar una reflexión sobre la idoneidad y eficacia del modelo implantado. La información proporcionada es completamente coincidente con la aportada para el resto de los grados de la Facultad.	Recomendaciones

GRADO EN MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL

Facultad de Ciencias Sociales

UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID

<p>La Universidad contempla dentro de su SIGC institucional una total de cinco mecanismos complementarios para la medición de la calidad del desempeño docente:</p> <ul style="list-style-type: none">- Entrevistas periódicas con los estudiantes.- Realización de encuestas de satisfacción / alumnos, profesores, personal no docente, antiguos alumnos y empleadores, entre otras)- Gestión de las incidencias, sugerencias y reclamaciones.- Controles externos y auditorías por terceras partes independientes.- Indicadores de rendimiento académico. <p>En el anexo aportado por el título se contemplan los datos correspondientes a la satisfacción global del estudiante con la titulación, con el profesorado y tutores y con la formación recibida. Para este colectivo es recomendable que, para futuros informes, el responsable académico incorpore al informe un análisis evolutivo y valorativo de los resultados obtenidos, así como el grado de participación del colectivo en las encuestas. En el caso de los profesores, se incorporan datos relativos a la valoración de la utilidad de la información proporcionada por las encuestas de los estudiantes y de la formación proporcionada por la Universidad enfocada a la mejora de su desempeño. al igual que en el caso anterior, es recomendable que se incorpore un análisis de situación y que se añada el índice de participación</p> <p>La información proporcionada relacionada con el profesorado está obtenida a nivel de Centro y no de título por lo que se reitera en todos los informes la misma, es preciso su desagregación. Del informe se deja traslucir la preocupación por la bajada en número de profesores con dedicación a tiempo completo y de doctores. Estos datos quizás habría que ponerlos en correlación, entre otras, con la bajada de la satisfacción de los estudiantes con la formación recibida y adoptar las medidas que se estimen más oportunas</p>	Recomendaciones
Respecto a las prácticas externas curriculares y aunque para el momento temporal abarcado por este seguimiento aún no se habían producido, es necesario que la Universidad en futuros informes aporte información desagregada por título.	Recomendaciones
En cuanto a los programas de movilidad, es preciso que de cara a futuros informes la Universidad proporcione datos desagregados por título.	Recomendaciones
Se aportan los datos referidos a los niveles de satisfacción de los estudiantes con el título pero el relativo al profesorado se hace a nivel de Facultad. Se recomienda comenzar a obtener resultados por título y tipologías de profesorado. En cualquier caso es conveniente que se añadan los niveles de participación y que se prevea la extensión del análisis de los colectivos al resto de los implicados en el título.	Recomendaciones
El sistema de quejas y reclamaciones basado en las reclamaciones recibidas por el Defensor universitario debe complementarse con otras actuaciones. Se debe arbitrar un sistema que proporcione datos concretos sobre el título y no solo sobre la Facultad de manera que éstas puedan ayudar a la mejora de la calidad del mismo	Advertencias

Relación y análisis de los puntos débiles del título

Comentario	Tipo

GRADO EN MARKETING Y DIRECCIÓN COMERCIAL

Facultad de Ciencias Sociales

UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID

El análisis de los puntos débiles del título es idéntico al proporcionado para el del Grado en Dirección y Creación de Empresas, Dirección Internacional de Empresas de Turismo y Ocio y Finanzas. Es preciso aportar un análisis del título concreto.

Advertencias



El Secretario Académico de la Comisión
de Seguimiento de Títulos Oficiales
Prof. Dr. D. Celso Rodríguez



VºBº:
El Presidente de la Comisión
de Seguimiento de Títulos Oficiales
Prof. Dr. D. José Carlos Fernández
Rozas