

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

2012

GRADO EN MARKETING

**Facultad de Ciencias Jurídicas y
Sociales**

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

VALORACIÓN GLOBAL

Información pública ofrecida por el título en su página web

El presente informe de evaluación del seguimiento de la implantación del Grado en Marketing 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:

- 1.- No consta en la Comisión la autorización por la ANECA para que éste título sea impartido en varios Centros de la Universidad.
- 2.- No consta en la Comisión la verificación recibida por la Universidad para la impartición del título en modalidad bilingüe.
- 3.- No consta en la Comisión la autorización para la realización de cambios de asignaturas en el Plan de Estudios impartido.

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. Así mismo, se recogen, en su caso, las buenas prácticas detectadas.

Con independencia de lo anterior, se valora positivamente el esfuerzo realizado para cumplir los criterios de claridad, accesibilidad, transparencia y publicidad de la información pública, así como los mecanismos puestos en marcha por el Título para que sean corregidas algunas de sus deficiencias.

Autoinforme realizado por el título

Este informe de evaluación se realiza a partir del autoinforme de seguimiento presentado por el Grado en Márketing 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 anexo detallado de evaluación de este Autoinforme se hacen constar las advertencias y recomendaciones que deberán ser subsanadas de cara a futuros autoinformes. No obstante, es preciso, para futuros autoinformes, hacer un mayor análisis de los indicadores para la

GRADO EN MARKETING

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

mejora en la calidad del título y desarrollar los mecanismos puestos en funcionamiento para la evaluación de la calidad de la docencia.

Por otra parte, la Comisión agradece la información adicional suministrada por el Título, pero destaca que ésta debe incorporarse en el Autoinforme inicial.

ANEXO I**1. INFORMACIÓN PÚBLICA**

Comentario	Tipo
El título se imparte en los Campus de Vicálvaro, Fuenlabrada y en los centros adscritos ESERP y ESIC, la memoria de verificación solo autoriza su impartición en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales del Campus de Vicálvaro.	Advertencias
De acuerdo con la información proporcionada en la página web, el total de plazas ofertadas entre los Campus de Vicálvaro, Fuenlabrada y los centros adscritos ESIC y ESERP arrojan un total de 400 mientras que en la memoria de verificación aprobada la oferta es la siguientes: 75 plazas (1º curso) - 75 plazas (2º curso) - 80 plazas(3ª curso) - 80 plazas (4º curso)	Advertencias
No se ha encontrado evidencias de la autorización para la impartición del grado en la modalidad bilingüe	Advertencias
Es necesario que la Universidad incluya la oferta de plazas para los grados dobles de los que forma parte esta titulación	Advertencias
Se valora positivamente la claridad y accesibilidad de la información en la página web.	Buenas prácticas
En la página principal donde se contiene la información básica sobre el grado, sería conveniente incluir el año y calendario de implantación	Recomendaciones
Es necesario hacer más visible el número máximo y mínimo de créditos de los que puede matricularse un estudiante a tiempo completo y a tiempo parcial	Recomendaciones
Es necesario hacer más accesible la normativa de permanencia y extraer aquellos requisitos mínimos de permanencia que un estudiante de nuevo ingreso debería conocer. Se recomienda incluir esta información en el apartado de " Presentación"	Recomendaciones
El enlace "Reconocimiento A. de créditos" se limita a un documento sobre el reconocimiento por participación en actividades culturales, representación estudiantil, solidarias y de cooperación. Se recomienda que este enlace recoja toda la información sobre transferencia y reconocimiento de forma que se ajuste a lo publicado en la Memoria de Verificación.	Recomendaciones
Se recomienda adaptar la información sobre transferencia y reconocimiento de créditos al Real Decreto 1618/2011 de 14 de noviembre sobre Reconocimiento de Estudios en el ámbito de la Educación Superior.	Recomendaciones
Se han detectado incoherencias entre las asignaturas publicadas en la página web y la memoria de verificación sin que se haya encontrado ninguna aprobación de modificación.	Advertencias
Se debe ampliar la información sobre las prácticas externas dado el carácter obligatorio que tienen para esta titulación, incluyendo convenios con entidades públicas o privadas y los criterios de adjudicación, en vez de remitir a una página general de la Universidad	Recomendaciones
Respecto a los programas de movilidad sería recomendable que se proporcionase información sobre las instituciones con las que se mantiene convenio para este título en concreto en vez de derivar a una página general de la Universidad	Recomendaciones

GRADO EN MARKETING

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

Se incluyen los datos referidos al profesorado que imparte docencia en el título	Buenas prácticas
Se aporta información sobre los resultados que se derivan de la aplicación del SGIC y se indican las acciones de mejora propuestas tras el análisis de los resultados y el estado de desarrollo en el que se encuentran estas acciones.	Buenas prácticas
Se recomienda que para el sistema de quejas y reclamaciones, la Universidad explicita los diferentes sistemas que tiene establecidos y que el enlace no derive exclusivamente a una cuenta de correo electrónico.	Recomendaciones

ANEXO II**2. AUTOINFORME****Estructura y funcionamiento del Sistema de Garantía de Calidad del Título/Centro**

Comentario	Tipo
Para futuros informes de seguimiento, es necesario que el título incluya información sobre aquellos temas más destacados tratados en el ámbito de la comisión, así como las mejoras propuestas de cara a evidenciar el funcionamiento y la idoneidad del sistema adoptado.	Recomendaciones
Se recomienda que la comisión se reúna al menos dos veces al año al finalizar cada uno de los semestres	Recomendaciones

Indicadores cuantitativos

Comentario	Tipo
Es necesario que el autoinforme incluya un análisis de los indicadores	Advertencias
Respecto a la oferta de plazas de nuevo ingreso el grado se verificó con una oferta de plazas muy inferior a la actual (75/75/80/80). De acuerdo con los datos aportados en el informe en el segundo curso de impartición se ofertaron 230 plazas mientras que la información proporcionada en la web eleva la cifra a 400. Este incremento tan sustancial debe considerarse como una modificación sustancial del plan de estudios que debería someterse a una nueva evaluación de verificación	Advertencias

Sistemas para la mejora de la calidad del título

Comentario	Tipo
Se realiza una descripción de los mecanismos de coordinación docente que recaen todos sobre la figura del coordinador de titulación. Para futuros informes, se incluirán los temas más destacados tratados en el ámbito de la coordinación docente así como las medidas de mejora adoptadas como modo de evidenciar el correcto funcionamiento de estos mecanismos.	Recomendaciones
Respecto a los mecanismos de evaluación de la docencia, el grado aporta la valoración global de los estudiantes en cada curso, campus y en la modalidad bilingüe. Para futuros informes, se deberá incluir información más detallada sobre las valoraciones realizadas por los estudiantes en aspectos más concretos e incluir información sobre los mecanismos de valoración de la docencia previstos para el profesorado y que completan el sistema establecido por la Institución. Tanto en el caso de profesores como de estudiantes será necesaria la inclusión de los niveles de participación en las encuestas	Recomendaciones
Si bien se describen los programas de movilidad y el mecanismo establecido para el control de calidad del mismo, para futuros informes, será necesario que se aporten resultados que evidencien la puesta en marcha de dichos mecanismos	Recomendaciones
No se aporta información que evidencie que los sistemas de medición de la satisfacción de colectivos estén implantados, para futuros informes será necesaria la incorporación de los resultados obtenidos así como un análisis de los mismos	Recomendaciones

Relación y análisis de las debilidades del título

Comentario	Tipo
El título ha identificado los puntos débiles, algunos de los cuales tienen sus causas en elementos que han sido advertidos por esta comisión en el informe de seguimiento. Se recomienda que se establezca un plan de mejoras en el que queden claramente establecidas las responsabilidades de las acciones y que se establezca un seguimiento del cumplimiento de los objetivos propuestos.	Recomendaciones

Nombre de archivo: D52A8A7F.docx
Directorio: D:\Perfil Usuario\cgm74\Configuración local\Archivos
temporales de Internet\Content.MSO
Plantilla: D:\Perfil Usuario\cgm74\Datos de
programa\Microsoft\Plantillas\Normal.dotm
Título: GRADO EN MARKETING
Asunto: Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Autor: UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS
Palabras clave:
Comentarios:
Fecha de creación: 19/12/2012 18:10:00
Cambio número: 3
Guardado el: 09/01/2013 19:10:00
Guardado por: CELIA GAVILAN
Tiempo de edición: 0 minutos
Impreso el: 09/01/2013 19:10:00
Última impresión completa
Número de páginas: 7
Número de palabras: 1.459
Número de caracteres: 8.163 (aprox.)