

PROCESO DE SEGUIMIENTO DE TÍTULOS

INFORME FINAL DE SEGUIMIENTO

DATOS DEL TÍTULO

Número de Expediente (RUCT):	2503662
Denominación Título:	Graduado o Graduada en Marketing por la Universidad de Alicante
Universidad responsable:	Universitat d'Alacant
Universidades participantes:	
Centro/s en el que se imparte:	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Nº de créditos:	240
Modalidad:	
Fecha de verificación inicial:	28-07-2017

VALORACIÓN GLOBAL DEL TÍTULO

Transcurrido el plazo de quince días para la presentación de alegaciones al Informe provisional y considerando la información disponible del título incluida en el dossier de seguimiento y, en su caso, las alegaciones y/o Plan de Mejora presentados por la universidad, se emite el siguiente Informe final de seguimiento en términos de **Favorable**, atendiendo a lo dispuesto en el artículo 28 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre.

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

Dimensión 1. Gestión del título

Criterio 1. Organización y desarrollo

1.1 La implantación del plan de estudios y la organización del programa formativo son coherentes con el perfil de competencias y objetivos de la titulación recogidos en la memoria de verificación y/o sus posteriores modificaciones, garantizando el aprendizaje centrado en el estudiante.: B: Se alcanza

1.2 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.: B: Se alcanza

1.3 Los criterios de admisión 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 y/o sus posteriores modificaciones.: B: Se alcanza

1.4 La aplicación de las diferentes normativas académicas (permanencia, reconocimiento, etc.) se realiza de manera adecuada y permite mejorar los valores de los indicadores de rendimiento académico.: B: Se alcanza

Valoración global del criterio 1: B: Se alcanza

MOTIVACIÓN:

La implantación del primer, segundo y tercer cursos del Grado en Marketing, así como la organización del programa formativo están en consonancia con el planteamiento recogido en la memoria del Grado.

El Grado en Marketing cuenta con mecanismos de coordinación verticales, de naturaleza formal, recogidos en el organigrama de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales: Junta de Facultad, la Comisión de Garantía de Calidad y las Comisiones Académicas, en todos ellos participa directamente el responsable de la titulación. La vicedecana/coordinadora es la responsable de la organización de los estudios, estableciendo los horarios para el curso académico, proponiendo fechas de exámenes, etc.

En los mecanismos de coordinación horizontales, toma protagonismo la figura del coordinador o de la coordinadora de asignatura, con responsabilidades en la elaboración y cumplimiento de la guía docente, adicionalmente se celebran reuniones entre los coordinadores y las coordinadoras de las asignaturas que se imparten en los dos semestres de los tres cursos, en las cuales se tratan especialmente aspectos relacionados con el contenido de las diversas materias - para evitar solapamiento de contenidos- y con los criterios de evaluación -tratando que sean similares-.

El número de estudiantes de nuevo ingreso en el curso 2020-2021 se sitúa en 70 (68 en 2019- 2010 y 71 en 2018-2019), cifra muy próxima a las 75 plazas de nuevo ingreso que se establecen como máximo en esta titulación y no se establece un perfil de ingreso específico.

Las normativas de permanencia y de reconocimiento de créditos se aplican conforme a los criterios generales marcados por la Universidad de Alicante y cada Centro posee una Comisión de Reconocimiento y Transferencia de Créditos y Evaluación de Expedientes.

Criterio 2. Información y transparencia

2.1 Los responsables de la titulación publican información adecuada y actualizada sobre las características del programa formativo, su desarrollo y sus resultados, incluyendo la relativa a los procesos de seguimiento y de acreditación, facilitando el acceso a dicha información para personas con diversidad funcional.: C: Se alcanza parcialmente

2.2 La información necesaria para la toma de decisiones de los estudiantes y otros agentes de interés del sistema universitario de ámbito nacional e internacional es fácilmente accesible.: B: Se alcanza

2.3 Los estudiantes matriculados en el título tienen acceso en el momento oportuno a la información relevante sobre el plan de estudios y los resultados de aprendizaje previstos.: B: Se alcanza

Valoración global del criterio 2: C: Se alcanza parcialmente

MOTIVACIÓN:

La valoración general en materia de información y transparencia es buena. La página web resulta sencilla, intuitiva y permite acceder fácilmente a toda la información sobre el plan de estudios, las guías docentes o el desarrollo y la organización del título.

Se destaca la facilidad y la claridad en la que se encuentra la información, bien sea en la web del título, como en la web del centro de impartición.

No obstante, el principal aspecto negativo es el relativo a la falta de información específica acerca de los TFG (organización, criterios, defensa...) en la web del título. No así en la web del centro, donde sí que se encuentran detallados estos aspectos.

Además de lo anterior, la información relativa a las prácticas externas es claramente insuficiente, tanto en la web del título como la web del centro, haciéndose imposible tener una idea al respecto.

Cabe reseñar que no se han encontrado, o son de difícil acceso los datos relativos a los principales resultados del título (indicadores de calidad)

Criterio 3. Sistema de Garantía Interno de Calidad (SGIC)

3.1 El SAIC implementado garantiza la recogida y análisis continuo de información y de los resultados relevantes para la gestión eficaz de las titulaciones, en especial los resultados de aprendizaje y satisfacción de los grupos de interés.: C: Se alcanza parcialmente

3.2 El SAIC implementado facilita el proceso de seguimiento, modificación y acreditación del título garantizando su mejora continua a partir del análisis de datos objetivos y verificables. : C: Se alcanza parcialmente

3.3 El SAIC implementado dispone de procedimientos que facilitan la evaluación y mejora de la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje.: C: Se alcanza parcialmente

Valoración global del criterio 3: C: Se alcanza parcialmente

MOTIVACIÓN:

El Sistema de Aseguramiento Interno de Calidad (SAIC) de la Universidad de Alicante cuenta con la valoración positiva del diseño por ANECA desde 2011, no así su implantación. Se ha realizado una importante actualización del Manual de Calidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales para actualizarlo a los nuevos requisitos del programa en 2020. Se recomienda continuar trabajando para la certificación de la implantación.

La CGC se reúne con una periodicidad semestral, al menos. Se documentan en las actas los debates y acuerdos. Una vez revisadas las actas no se ha podido constatar que se establezcan mejoras derivadas de esas reuniones que redunden en la mejora continua de la titulación. Se recomienda establecer una sistemática adecuada para que los resultados de las reuniones de la CGC alimenten el plan de mejora de la titulación si fuera necesario.

En la actualidad la Universidad de Alicante cuenta con la certificación del Diseño del programa Docencia, curso 2019 encontrándose en los seguimientos previos a la certificación de la implantación. La EV 6 no aporta los resultados de la evaluación de profesorado de la titulación.

Respecto a los indicadores de rendimiento, se presenta como evidencia un documento que contiene los resultados de algunos indicadores, sin embargo, no se establecen mejoras de algunos datos o indicadores que puedan ser considerados insatisfactorios. Se recomienda establecer un plan de mejora único y personalizado para la titulación, en los que queden recogidas todas aquellas acciones de mejora identificadas en las reuniones de coordinación, de comisión de calidad, juntas de evaluación, seguimiento SGIC e informes externos de evaluación, así como garantizar la trazabilidad de las acciones con las debilidades identificados. También se recomienda que cada acción lleve un código único que la identifique de manera inequívoca durante el ciclo de vida del área de mejora o la titulación, así como una columna del estado en el que está cada acción.

Se valora positivamente la implantación del SAIC en la titulación, sin embargo, es necesario implementar mejoras que permitan recoger la opinión de los estudiantes con el desarrollo del título, puesto que no hay datos de su satisfacción en los tres primeros cursos de implantación siendo esto una debilidad.

OTRAS RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS (OPCIONAL)::

- Estimular la capacidad de autocrítica de los responsables de la titulación, iniciando acciones de mejora cuando exista una desviación importante en algunos de los indicadores de satisfacción con la docencia.
- Se recomienda presentar la información de las encuestas con el acumulado de respuestas y la ficha técnica de las mismas, para un análisis más adecuado de las mismas.
- Mejorar las tasas de respuestas del profesorado a las encuestas.

Dimensión 2. Recursos

Criterio 4. Personal Académico

4.1 El personal académico del título reúne el nivel de cualificación académica requerido para el título y dispone de la adecuada experiencia profesional, docente e investigadora.: B: Se alcanza

4.2 El personal académico es suficiente, dispone de la dedicación adecuada para el desarrollo de sus funciones y fomenta la innovación en los métodos de enseñanza. : B: Se alcanza

4.3 La universidad pone a disposición del profesorado los mecanismos que permiten su actualización y formación continua, teniendo en cuenta las características del título y el proceso de enseñanzaaprendizaje de una manera adecuada.: B: Se alcanza

Valoración global del criterio 4: B: Se alcanza

MOTIVACIÓN:

El personal académico que aparece adscrito a la titulación (tabla 3) tiene la experiencia profesional, docente e investigadora adecuada al nivel académico, la naturaleza y competencias definidas en el título.

La tasa de doctores y de profesorado a tiempo completo es del 62%, siendo el Grado de satisfacción de los estudiantes con el profesorado de 7,8/10 en el curso 20-21 y la satisfacción del profesorado con el título de 8,5/10.

La variedad de cursos para la formación y actualización del profesorado en aspectos relacionados con su función como docente e investigadora es muy amplia como se especifica en el informe de seguimiento interno. Además, la UA desarrolla y aprueba el programa DOCENTIA durante el curso 2017-18, con entrada en vigor el curso 2018-19, pero no se aporta información sobre la participación del profesorado vinculado al Grado que haya participado en el mencionado programa, aspecto que deberá verificarse en los sucesivos informes y en el proceso de renovación de la acreditación (ya que no se desprende de la información proporcionada en la E6).

Criterio 5. Personal de apoyo, recursos materiales y servicios

5.1 El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es adecuado en función de la naturaleza, modalidad del título, número de estudiantes matriculados y competencias a adquirir por los mismos.: B: Se alcanza

5.2 Los recursos materiales puestos a disposición del desarrollo del título son adecuados en función de la naturaleza, modalidad del título, número de estudiantes matriculados y competencias a adquirir por los mismos.:

B: Se alcanza

5.3 Los servicios de apoyo puestos a disposición del desarrollo del título son adecuados en función de la naturaleza, modalidad del título, número de estudiantes matriculados y competencias a adquirir por los mismo.: B:

Se alcanza

Valoración global del criterio 5: B: Se alcanza

MOTIVACIÓN:

En el Grado en Marketing no participa personal de apoyo en las actividades docentes del título.

Las instalaciones y equipamientos que dispone la Facultad son suficientes, adecuados y están adaptados (sin barreras arquitectónicas) y, en términos generales, se ajustan a las necesidades de la organización docente del título.

Las infraestructuras de la/s biblioteca/s, aulas y salas de lectura están debidamente acondicionadas y cuentan con suficiente amplitud espacial y horaria para satisfacer las necesidades del programa formativo, según se desprende del informe de seguimiento interno. Siendo necesaria la mejora de las instalaciones y equipamientos en las asignaturas que precisan impartir docencia en aulas de informática.

La Universidad cuenta con un Programa de Acción Tutorial (PATEC) al objeto de facilitar orientación durante su incorporación y continuidad de estudios en la Universidad, además se cuenta con el Centro de Apoyo al Estudiante (CAE) que ofrece atención específica al alumnado de la UA con el fin de garantizar su plena participación universitaria, siguiendo los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal; y con el Centro de Empleo que ofrece a los estudiantes una amplia cartera de servicios tanto en materia de prácticas, de empleo y de emprendimiento. Dentro de esta cartera de servicios se incluye actividades de orientación individualizada, programas de formación, concursos y certámenes, programas de prácticas y ofertas de empleo, con la finalidad de incrementar las capacidades y oportunidades del alumnado de la Universidad de Alicante en su inserción al mercado laboral y profesional.

Todavía no se dispone de la información relacionada con las prácticas externas y los procesos de movilidad de los estudiantes, aspectos que deberán tener un especial seguimiento en los sucesivos informes y en el proceso de renovación de la acreditación.

Dimensión 3. Resultados

Criterio 6. Resultados de aprendizaje

6.1 Las actividades formativas, sus metodologías docentes y los sistemas de evaluación empleados son adecuados y se ajustan al objetivo de la adquisición de los resultados de aprendizaje previstos. : B: Se alcanza

6.2 Los resultados de aprendizaje alcanzados satisfacen los objetivos del programa formativo y se adecuan a su nivel en el MECES.: B: Se alcanza

Valoración global del criterio 6: B: Se alcanza

MOTIVACIÓN:

Las actividades formativas, las metodologías docentes y los sistemas de evaluación empleados en cada asignatura de los tres primeros cursos del Grado en Marketing, se recogen en su guía docente, su contenido debe ajustarse a lo establecido en la memoria verificada, las fichas UA y al Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes de la UA. La información contenida en las guías, junto a la recogida en la Comisión de Titulación, permite la correcta planificación del trabajo de los estudiantes, y la adquisición de competencias evaluadas mediante pruebas y criterios adecuados y fiables, con una temporalización adecuada.

El Grado en Marketing capacita para el ejercicio profesional en tareas de gestión, asesoramiento y evaluación en el ámbito global de las organizaciones o en cualquiera de sus áreas funcionales, especialmente en el ámbito del análisis de los mercados, así como en el diseño, desarrollo y control de estrategias de Marketing en empresas e instituciones, que se incluye en el nivel 2 del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES). Los informes y encuestas hasta el momento realizadas arrojan un resultado positivo.

Criterio 7. Indicadores de satisfacción y rendimiento

7.1 La evolución de los principales datos e indicadores del título (número de estudiantes de nuevo ingreso por curso académico, tasa de matriculación, tasa de graduación, tasa de abandono, tasa de eficiencia, tasa de rendimiento y tasa de éxito),

es adecuada, de acuerdo con el ámbito temático y el entorno en el que se inserta el título, y es coherente con las características de los estudiantes de nuevo ingreso y con las previsiones establecidas en la memoria verificada.: C: Se alcanza parcialmente

7.2 La satisfacción de los estudiantes, del profesorado, de los egresados y de otros grupos de interés es adecuada.: C: Se alcanza parcialmente

Valoración global del criterio 7: C: Se alcanza parcialmente

MOTIVACIÓN:

El proceso de seguimiento del Grado en Marketing se está llevado a cabo tras los tres primeros años de impartición y por lo tanto no se disponen del completo de las tasas que permita hacer un análisis completo de las mismas.

El número de estudiantes verificado (75) se ha respetado durante todos los cursos manteniendo un rango de matrícula de 68-71.

La tasa de abandono del último curso es del 28,2% coinciden en principio con las establecidas en la memoria verificada (20%). Se debe vigilar que no se produzcan mayores desviaciones de esta.

Los datos de rendimientos se encuentran dentro del rango 68-76% por debajo de los previsto para un título de las características y del ámbito temático. Se debe prestar atención a la evolución de esta.

Respecto a la satisfacción, el profesorado se muestra satisfecho con la titulación 8,5, con una participación del 49%.

La satisfacción del estudiantado con la docencia es en términos generales media-alta 6,8-7,8 con algunas desviaciones importantes que deben ser abordadas con planes de mejora específicos dentro de la titulación.

No existe información de satisfacción sobre el plan de estudios de los estudiantes.

OTRAS RECOMENDACIONES Y SUGERENCIAS (OPCIONAL)::

Recomendaciones:

-Seguir trabajando en un incremento de los datos de participación de los diferentes colectivos.

-Obtener los datos de satisfacción con la titulación que permita un seguimiento de la misma.

-Aportar los datos desagregados de las encuestas, con objeto de conocer la ficha técnica, el % de respuesta, la frecuencia de respuesta, la moda, que pueden ser de interés para una mejora análisis de la información

-Hacer un seguimiento de la tasa de abandono e implementar mejoras si esta continua ascendiendo.

En Valencia, a 21 de diciembre de 2022

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'J. Oliver', written in a cursive style.

Fdo.: Javier Oliver
Director de AVAP
