



**DENOMINACIÓN DEL TÍTULO:**

**GRADO EN MARKETING E INVESTIGACION DE MERCADOS**

**RESPONSABLE DEL TÍTULO:**

**FRANCISCO CANTALEJO GARCIA  
DECANO DE LA FACULTAD DE COMERCIO Y GESTIÓN**

**FECHA DE REALIZACIÓN DEL AUTOINFORME:**

**9 de febrero de 2012**

**Índice**

1. Información relativa a la puesta en marcha y resultados del título y a su Sistema de Garantía de la Calidad (SGC).
  - a) Aspectos a valorar sobre la implantación del título.
  - b) Aspectos a valorar sobre el Sistema de Garantía de la Calidad.
  
2. Información referida a los indicadores CURSA, incluyendo un análisis de los resultados del título
  - a) Indicadores CURSA.
  - b) Indicadores del SGC.
  - c) Observaciones globales sobre los resultados de los indicadores.
  
3. Acciones de mejora llevadas a cabo a partir del análisis valorativo del título
  - a) Tratamiento que se ha dado tanto a las recomendaciones del informe de verificación como a las posibles recomendaciones realizadas en informes de modificaciones (así como a las que pudieran contener los sucesivos informes de seguimiento).
  - b) Justificación de las modificaciones no comunicadas al Consejo de Universidades introducidas en el plan de estudios.
  - c) Modificaciones que han sido solicitadas al Consejo de Universidades.



**1. Información relativa a la puesta en marcha y resultados del título y a su Sistema de Garantía de la Calidad (SGC). Resumen de los resultados de la aplicación del Sistema de Garantía de la Calidad: planificación, ejecución, evaluación y revisión según los procedimientos establecidos en el RD 1393/2007 en su nueva redacción dada en el RD 861/2010. Puntos fuertes y débiles detectados y las medidas de mejora adoptadas**

**a) Aspectos a valorar sobre la implantación del título**

Durante el curso 2010/11 se ha desarrollado el primer curso del Título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Málaga, cumpliendo los requisitos establecidos en el proyecto inicial. La información sobre el título está disponible en la página Web de Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT)

(<https://www.educacion.gob.es/ruct/consultaestudios?actual=estudios>)

La Facultad de Comercio y Gestión, tras la aprobación por la ANECA, en marzo del 2010, del Sistema de Garantía de Calidad, continúa en su esfuerzo por su implantación y desarrollo. Todas las acciones de mejora que se han realizado desde entonces corresponden a ese compromiso de mejora continua declarado en la Política de Calidad del Centro.

En el curso 2010-11, comienza la implantación del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, que viene a sustituir a los estudios de Diplomado en Ciencias Empresariales, de ahí la dificultad para poder comparar y analizar las tasas de evolución de los alumnos, tratándose de dos titulaciones distintas. El número de alumnos fue de 357, habiéndose previsto en la Memoria de Verificación un número de plazas de nuevo ingreso de 300.

Este primer año del Grado se ha desarrollado en general de forma satisfactoria y, podemos comentar que se han llevado a cabo la totalidad de objetivos de calidad propuestos, así como las acciones de mejoras planteadas para poder llevar a cabo los objetivos planteados.. Se ha favorecido la comunicación entre los profesores para ajustar los contenidos de las diferentes asignaturas y ayudarse mutuamente en el aprendizaje del uso de la nueva metodología. Se han valorado los resultados obtenidos en cada asignatura. Se han puesto en común los problemas surgidos y se han realizado propuestas de mejoras de cara a las futuras planificaciones.

Con el objetivo marcado de implicar en el SGC a todos los grupos de interés, se consideró una acción prioritaria la información pública de los mismos. En este sentido se diseñó una nueva Web, donde se ha incluido un apartado específico, relativo al SGC del Centro.

<http://www.facultadcomercio.uma.es/seccion.php?id=184>

Los aspectos a destacar en este primer curso son:

- Implicación del profesorado en el proceso de implantación del Grado, adaptando la metodología docente al EEES.
- Adecuada participación de los alumnos en el nuevo entorno académico
- Consolidación del uso de nuevas tecnologías aplicadas al nuevo sistema docente.

Las principales dificultades encontradas se han centrado en la coexistencia de dos planes de estudio, que en ocasiones ha obligado a compartir recursos materiales y humanos para el desarrollo de las actividades docentes, aunque consideramos que esta situación es transitoria, por lo que no se han propuesto medidas. El análisis de los resultados obtenidos, tanto en la evaluación del profesorado, como en las tasas de éxito y rendimiento, permite



concluir que estas dificultades no han disminuido la calidad de la enseñanza.

Se esperaba que la nueva metodología empleada permitiera alcanzar un mayor porcentaje de aprobados que el que se ha conseguido en algunas asignaturas (tasa de rendimiento 49,77%). Es necesario que el alumno realice un trabajo continuo para superar la asignatura. Los profesores deben de transmitir esa idea y planificar las asignaturas para que el alumno sea consciente de que debe de realizar parte de su trabajo de manera autónoma y de forma continuada.

La satisfacción general de los alumnos en el Grado de Marketing e Investigación de Mercados puede considerarse satisfactoria.

Respecto a las distintas tasas analizadas, podemos comentar lo siguiente a la luz de los resultados mostrados en la siguiente tabla:

Indicador	Rama CC. SS. Y JJ.	Grado en Marketing e investigación de mercados
Tasa de Graduación	35.02%	NP
Tasa de Abandono	19.92%	NP
Tasa de Eficiencia	67.41%	NP
Tasa de Rendimiento	63.15%	49.77%
Tasa de Éxito	73.95%	67.62%

La tasa de rendimiento, se sitúa por debajo de la media de la Rama, y llama la atención que estos datos se alejan casi en 13 puntos de esa media. Por su parte la tasa de éxito, muestra unos valores también inferiores a la media de la Rama.

No pueden ser considerados unos porcentajes deficientes, pero al mismo tiempo habrá que estudiar el porqué de estos valores, e intentar tomar medidas para que se sitúen por encima de la media de la Rama a la que pertenece la Titulación.

Respecto a los puntos fuertes podemos destacar los siguientes:

Las infraestructuras: la Facultad de Comercio y Gestión está ubicada en unas instalaciones nuevas y modernas, con espacios comunes muy amplios, grandes salas de estudio y una espaciosa y completa biblioteca.

Dotación de las aulas: todas las aulas de la Facultad de Comercio y Gestión están equipadas con la más reciente y moderna tecnología.

Motivación del alumnado: atendiendo a los valores arrojados por los indicadores alrededor del 80% de los alumnos que eligen estudiar las titulaciones que oferta el centro, lo hace en primera opción.

Valoración de la actividad docente del profesorado: la encuesta del profesorado arroja valores muy buenos del profesorado que imparte docencia en las titulaciones que oferta en centro, hablamos de valores medios, ya que no tenemos acceso a los datos desagregados, pero los totales nos ponen de manifiesto que el profesorado aprueba con notable.

Es destacable el incremento de alumnos que asisten a actividades de orientación, las nuevas instalaciones están haciendo posible la realización de un número mayor de actividades tanto de orientación como de otro tipo, y podemos observar la buena respuesta por parte del colectivo al que van dirigidas.

En el Sistema de Garantía de la Calidad del Centro (SGC) se ha establecido que



anualmente se revisará el Sistema y se analizarán los resultados alcanzados. Esta revisión se refleja en la Memoria de Resultados del SGC, la cual se redacta siguiendo el formato diseñado en la herramienta informática que gestiona este Sistema.

Con la revisión anual del Sistema se revisan los procedimientos que conforman el Manual de Procedimientos y, en su caso, se actualizan y mejoran. Además, se analiza el cumplimiento de objetivos, el desarrollo de las acciones de mejora y se definen los nuevos objetivos y acciones de mejora para el siguiente curso académico. Las acciones de mejora, definidas por curso académico, conforman el Plan de Mejora. Tanto objetivos como acciones de mejora se trasladan a sus fichas correspondientes, en las que se establece responsable, prioridad, plazo de ejecución, proceso o procesos con los que se relacionan, etc.

Se han realizado Memorias de Resultados de los cursos 2009/2010 y 2010/2011.

Para el año 2011 la Facultad de Comercio y Gestión se planteó los siguientes objetivos:

Informar al personal académico, al personal de administración y servicios y a los estudiantes del Sistema de Garantía de la Calidad del Centro: en este sentido se han depositado dos ejemplares (unos del SGC y otro del MSGC) en la biblioteca del Centro y se ha informado a todo el personal del depósito de los mismos. También se han realizado tareas de difusión e informativas a través de cartelería y correos electrónicos de la apertura de las encuestas a realizar tanto por los alumnos como por el profesorado, tratando de incentivar la participación de los mismos.

Implantar el Sistema de Garantía de la Calidad del Centro: este consideramos que es un objetivo permanente, ya que años tras año debemos seguir trabajando en la implantación del SGC.

Evaluar la eficacia de los indicadores como detectores del funcionamiento del Centro: se han mantenido diversas reuniones en las que se ha tratado el tema de la eficacia de los indicadores como detectores del funcionamiento del Centro. Si que mostramos nuestra satisfacción con la reducción de los mismos, permitiendo así trabajar con un número más reducido de los mismos.

Contribuir a la mejora de los Índices de Calidad del Centro: se están trabajando en aquellas tasas en las que el centro muestra unos valores alejados de los objetivos propuestos para la titulación.

Durante el año 2011 se llevaron a cabo las siguientes acciones de mejora:

Mejora de los canales de comunicación con los grupos de interés: se han llevado a cabo acciones para mejorar la comunicación con los grupos de interés, pero sobre todo nuestra atención ha estado centrada en el colectivo de estudiantes del centro. Para mejorar las vías de comunicación con los alumnos desde el Centro se trabaja en un mantenimiento y actualización constante de la página web del mismo, así como de la página dedicada al Grado de Marketing e Investigación de Mercados (<http://gradomarketing.uma.es>). Al mismo tiempo, a través de la plataforma virtual Moodle, se ha creado una sala de alumnos donde hemos conseguido un flujo de información constante entre alumnado y decanato.

Mejorar la difusión del Sistema de Garantía de Calidad: se ha depositado un ejemplar del MSCG, y otro del MPSGC en la biblioteca del Centro para facilitar su consulta. Al mismo tiempo se ha enviado un correo informativo al PDI, PAS y alumnado informando de la existencia de los mismos y las posibilidades de consulta, y al mismo tiempo se colocaron



carteles informativos.

Tratar de captar un alumnado con una mayor vocación hacia los estudios ofertados: para ello se han realizado acciones de en las redes sociales con el fin de que la gente conozca más de cerca que ofrece el centro. Esta campaña incide en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados, ya que representan el 80% de las plazas ofertadas por el centro, se trata de acercar a los alumnos qué es el Marketing, quién lo utiliza, y en definitiva que el alumno tenga una idea clara de lo que suponen los estudios en marketing, para cuando llegue el momento de tomar la decisión sobre los estudios que desee cursar. Suponemos que esta captación de alumnos con mayor vocación mejorará las tasas de éxito y rendimiento.

## **b) Aspectos a valorar sobre el Sistema de Garantía de la Calidad**

### ***b.1. Responsables del Sistema de Garantía de la Calidad.***

El órgano responsable de gestionar, coordinar y realizar el seguimiento del Sistema de Garantía de la Calidad del Centro, aplicable a este título, es la Comisión de Garantía de la Calidad del Centro. Esta Comisión tiene la siguiente composición (según se establece en su propio Reglamento):

- a. Decano o Director, que actuará como Presidente.
- b. Coordinador de la Calidad, que actuará como Secretario. Este Coordinador será preferiblemente, aunque no obligatoriamente, miembro del Equipo de Dirección del Centro.
- c. Un representante de cada una de las titulaciones oficiales (de grado y/o master), que actuará como Vocal. Dicho representante deberá ser profesor con vinculación permanente a la Universidad si representa a una titulación de grado y profesor doctor con vinculación permanente a la Universidad si representa a una titulación de máster.
- d. Un representante de alumnos, que actuará como Vocal.
- e. Un representante del Personal de Administración y Servicios, que actuará como Vocal.
- f. Un miembro del Servicio de Calidad, Planificación Estratégica y Responsabilidad Social, que actuará como vocal-asesor, con voz pero sin voto.

Las funciones de esta Comisión, fijadas en su Reglamento, son las siguientes:

1. Propiciar la mejora continua de los Planes de Estudio.
2. Contribuir a superar el proceso de VERIFICACIÓN (ANECA) de los títulos y apoyar procesos de evaluación ex-post (SEGUIMIENTO y ACREDITACIÓN).
3. Elaborar y proponer para su aprobación el Manual de Calidad y los procesos del Sistema de Garantía de la Calidad, responsabilidad del Centro.
4. Implicar a todas las partes interesadas (profesorado, PAS, estudiantes, autoridades académicas, agentes externos) en los procedimientos de recogida de información pertinentes asegurando la máxima participación.
5. Plantear las acciones de calidad de las Titulaciones dependientes del Centro de forma progresiva.
6. Velar para que la eficacia, eficiencia y transparencia sean los principios de gestión del Centro.



7. Elaboración anual de un Plan de Mejora.
8. Análisis de las quejas, incidencias, reclamaciones y sugerencias recogidas.
9. Análisis de los resultados del procedimiento de evaluación y mejora con relación a los distintos grupos de interés, así como el establecimiento de las correspondientes acciones de mejora, seguimiento e implantación de las mismas.
10. Elaboración de un Informe Anual sobre cada uno de los extremos que conforman a los diversos procedimientos del Sistema de Garantía de la calidad del centro.
11. Cualesquiera otras funciones que le sean atribuidas.

***b.2. Acciones encaminadas a la planificación, ejecución, evaluación y revisión de los procedimientos del Sistema de Garantía de la Calidad previstos en la memoria presentada a verificación.***

El Sistema de Garantía de la Calidad del Centro, aplicable al título, se diseñó siguiendo las directrices del Programa AUDIT de la ANECA, recibió evaluación positiva del diseño por parte de dicha Agencia y se compone de los siguientes procedimientos:

- PE01. Elaboración y revisión de la política y objetivos de calidad
- PE02. Diseño de la oferta formativa de la Universidad
- PE03. Definición de la política de personal académico
- PE04. Definición de la política de personal de administración y servicios
- PE05. Medición, análisis y mejora continua
- PE06. Responsabilidad social
- PC01. Diseño de la oferta formativa de los Centros
- PC02. Garantía de calidad de los programas formativos
- PC03. Selección, admisión y matriculación de estudiantes
- PC04. Definición de perfiles y captación de estudiantes
- PC05. Orientación a los estudiantes
- PC06. Planificación y desarrollo de la enseñanza
- PC07. Evaluación del aprendizaje
- PC08. Gestión y revisión de la movilidad de los estudiantes enviados
- PC09. Gestión y revisión de la movilidad de los estudiantes recibidos
- PC10. Gestión y revisión de la orientación e inserción profesional
- PC11. Gestión de las prácticas externas
- PC12. Análisis y medición de los resultados de la formación
- PC13. Suspensión/Extinción del título
- PC14. Información pública
- PA01. Gestión y control de los documentos y los registros
- PA02. Gestión de expedientes y tramitación de títulos
- PA03. Captación y selección del personal académico
- PA04. Captación y selección del personal de administración y servicios
- PA05. Evaluación, promoción, reconocimiento e incentivos del personal académico



- PA06. Evaluación, promoción, reconocimiento e incentivos del personal de administración y servicios
- PA07. Formación del personal académico
- PA08. Formación del personal de administración y servicios
- PA09. Gestión de recursos materiales
- PA10. Gestión de los servicios
- PA11. Gestión de quejas, sugerencias y felicitaciones
- PA12. Satisfacción de necesidades y expectativas de los grupos de interés

El Sistema establece en su proceso estratégico PE05 la revisión anual del mismo, en ella se revisan y evalúan los distintos procedimientos así como sus resultados. Si es necesario se actualizan creando nuevas ediciones. Con la revisión anual se analiza el cumplimiento de objetivos y el desarrollo de las acciones de mejora y, además, se definen los nuevos objetivos y acciones de mejora para el siguiente curso académico.

En el año 2011 se ha trasladado toda la información del Sistema de Garantía de la Calidad del Centro a una herramienta informática, lo que ha permitido agilizar la gestión de este Sistema.

El Sistema de Garantía de la Calidad del Centro, inicialmente disponía de 65 indicadores (algunos generales de Centro y otros diferenciados por titulación). En mayo de 2011 el Vicerrectorado competente, junto con las Comisiones de Garantía de la Calidad de los Centros (representadas a través de los Coordinadores de Calidad), acordaron reducir el número de indicadores a 36. Entre ellos se recogen las cuatro tasas propuestas por la Comisión Universitaria para la Regulación del Seguimiento y Acreditación (CURSA).

En las revisiones anuales del Sistema, la Comisión de Garantía de la Calidad del Centro elabora una Memoria Anual de Resultados. En esta Memoria se analizan los resultados de los indicadores y se valoran los logros alcanzados por los títulos.

La Facultad de Comercio y Gestión fija los siguientes objetivos para el curso 20011/12:

\_Continuar con la implantación del Sistema de Garantía de Calidad.

\_Contribuir a la coordinación entre las distintas asignaturas que conforman los grados ofertados por el centro.

\_Contribuir a la mejora de las tasas de éxito y rendimiento.

Para la consecución de los objetivos planteados se proponen las siguientes acciones de mejora:

Creación de la figura Coordinador de Grado y delimitación de sus funciones: Con el fin de mejorar y facilitar la coordinación entre las distintas asignaturas de los grados ofertados y evitar duplicidades, se pretende crear la figura de coordinador de grado que deberá mantener reuniones periódicas con los coordinadores de las distintas asignaturas a fin de que la programación cumpla con los requisitos y competencias planificados en la memoria de



verificación de títulos.

Análisis detallado de las tasas de éxito y rendimiento: Se ha observado que en los grados las tasas de éxito y rendimiento se alejan en alguno de los casos bastante de la media de la rama a la que pertenecen, creemos necesario estudiar qué hay tras estas tasas y ver qué posibles causas y soluciones existentes.

Continuar con la captación de un alumnado con una mayor vocación: Tras las tasas analizadas y la justificación de las mismas, pensamos que la mejora de la vocación de los alumnos que deciden cursar los títulos que oferta el Centro puede mejorar las tasas tanto de éxito como de rendimiento.

***Crterios y procedimientos específicos en el caso de extinción del Título***

Los criterios específicos en el caso de extinción del título se recogen en el proceso clave "PC13. Suspensión/Extinción del título" del Sistema de Garantía de la Calidad del Centro. Este proceso es general de la Universidad de Málaga, aplicable a todos los títulos. El órgano responsable del mismo es el Vicerrectorado de Ordenación Académica y Profesorado.

En las revisiones anuales del Sistema se ha ido actualizando este proceso. Se han elaborado dos ediciones: la primera aprobada en Consejo de Gobierno de 30 de abril de 2008 y la segunda de 29 de julio de 2009. En las sucesivas revisiones no se ha considerado necesario modificar el proceso.

**2. Información referida a los indicadores, incluyendo un análisis de los resultados del título**

**a) Indicadores CURSA**

Los indicadores propuestos por la comisión CURSA se recogen entre los 36 indicadores del SGC. Los resultados para el curso 2010/2011 se recogen en la siguiente tabla:

	2010/2011
IN03. Tasa de graduación	SD
IN04. Tasa de abandono	SD
IN05. Tasa de eficiencia	SD
IN27. Tasa de rendimiento	49,77

**b) Indicadores del SGC**

IN02	Estándar	Nivel de cumplimiento de los objetivos de calidad	100
IN03	Estándar	Tasa de graduación	NP
IN04	Estándar	Tasa de abandono	NP
IN05	Estándar	Tasa de eficiencia	NP
IN08	Estándar	Duración media de estudios	NP
IN16	Estándar	Porcentaje de acciones de mejora realizadas	100



IN19	Estándar	Nivel de satisfacción de los estudiantes con el proceso de selección, admisión y matriculación	3,63
IN20	Estándar	Grado de cobertura de las plazas ofertadas	101,33
IN22_1	Estándar	Demanda de la titulación en 1ª opción	78,67
IN22_2	Estándar	Demanda de la titulación en 2ª opción	66
IN22_3	Estándar	Demanda de la titulación en 3ª y sucesivas opciones	293,33
IN23	Estándar	Porcentaje de estudiantes que participan en actividades de orientación	72
IN24	Estándar	Nivel de satisfacción de los estudiantes con las actividades de orientación	SD
IN26	Estándar	Grado de cumplimiento de la planificación	3,81
IN27	Estándar	Tasa de rendimiento por curso	49,77
IN28	Estándar	Tasa de éxito	67,62
IN29	Estándar	Satisfacción del alumnado con los sistemas de evaluación	3,66
IN30	Estándar	Porcentaje de alumnos del Centro que participan en programas de movilidad	0,4
IN31	Estándar	Grado de satisfacción de los alumnos que participan en programas de movilidad (enviados)	SD
IN32	Estándar	Porcentaje de alumnos que participan en programas de movilidad cuyo destino es el Centro sobre el total de alumnos que recibe la Universidad	2,23
IN33	Estándar	Grado de satisfacción de los alumnos que participan en programas de movilidad (recibidos)	SD
IN34	Estándar	Número de alumnos/as que asisten a las actividades de orientación	380
IN35	Estándar	Nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a los servicios de orientación profesional	3,19
IN36	Estándar	Inserción en el tejido socioeconómico de los egresados	NP
IN37	Estándar	Oferta de prácticas externas	NP

### **c) Observaciones globales sobre los resultados de los indicadores**

#### ***c.1. Aspectos a valorar sobre los Indicadores CURSA***

Durante el curso 2010-2011, primer año de implantación del Título de Grado en Marketing e investigación de Mercados, la tasa de Rendimiento (49,77%), la tasa de Éxito (67,62%) nos muestran, que es necesario estudiar qué hay tras estas tasas y ver qué posibles causas y soluciones existentes.

Se han realizado revisiones periódicas según los resultados de los indicadores alcanzados y, en función de los mismos se han planteado las acciones de mejora.

Tras las tasas analizadas y la justificación de las mismas, pensamos que la mejora de la vocación de los alumnos que deciden cursar el Título, puede mejorar las tasas tanto de éxito como de rendimiento.

#### ***c.2. Aspectos a valorar sobre otros indicadores***

De la lectura de los resultados de los indicadores propuestos por la propia Universidad en su Sistema de Garantía de la Calidad se desprenden los siguientes datos:

-Motivación del alumnado: atendiendo a los valores arrojados por los indicadores



alrededor del 80% de los alumnos que eligen estudiar la Titulación que oferta el Centro, lo hace en primera opción.

-Valoración de la actividad docente del profesorado: la encuesta del profesorado arroja valores muy buenos del profesorado que imparte docencia en las titulaciones que oferta el Centro, hablamos de valores medios, ya que no tenemos acceso a los datos desagregados, pero los totales nos ponen de manifiesto que el profesorado aprueba con notable.

-Es destacable el incremento de alumnos que asisten a actividades de orientación, las nuevas instalaciones están haciendo posible la realización de un número mayor de actividades tanto de orientación como de otro tipo, y podemos observar la buena respuesta por parte del colectivo al que van dirigidas.

Estos índices de satisfacción del alumno contrastan con las ya explicitadas tasas de rendimiento y éxito, lo que nos lleva a un plan de mejora necesario para estudiar qué hay tras estas tasas y ver qué posibles causas y soluciones existentes (PC06 y PC07).

### **3. Acciones de Mejora llevadas a cabo a partir del análisis valorativo del título**

**a) Tratamiento que se ha dado tanto a las recomendaciones del informe de verificación como a las posibles recomendaciones realizadas en informes de modificaciones (así como a las que pudieran contener los sucesivos informes de seguimiento)**

El informe de Verificación no contenía recomendaciones

**b) Justificación de las modificaciones no comunicadas al Consejo de Universidades introducidas en el plan de estudios**

No procede

**c) Modificaciones que han sido solicitadas al Consejo de Universidades**

No procede