

Memoria Anual de la F. Comercio y Gestión

Curso 2010-2011

Índice de contenidos

1. Presentación

2. Análisis de los resultados del SGC (especial referencia a las tasas de rendimiento, abandono, eficiencia y graduación)

3. Identificación de puntos fuertes

4. Análisis del cumplimiento de objetivos

5. Definición de nuevos objetivos

6. Análisis de las acciones de mejora

7. Definición de nuevas acciones de mejora

Fecha de aprobación por Junta de Centro

1. Presentación

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 curso 2009/10 cabe señalar el diseño de la nueva oferta formativa de la antigua E.U. Estudios Empresariales, con la incorporación de dos nuevos Títulos de Grado. La E.U.E.E., pasa a denominarse Facultad de Comercio y Gestión y, en el curso 2010-11, comienza la implantación del Grado en Marketing e Investigación de Mercados y el Grado en Gestión y Administración Pública. El primero de ellos 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.

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.

2. Análisis de los resultados del SGC (especial referencia a las tasas de rendimiento, abandono, eficiencia y graduación)

Respecto al año que finaliza podemos comentar que se han llevado a cabo la totalidad de objetivo de calidad propuesto, así como las acciones de mejoras planteadas para poder llevar a cabo los objetivos planteados.

Sigue llamando poderosamente la atención la duración media de los estudios, tanto en la Diplomatura de Ciencias Empresariales (6,29) como en la de Gestión y Administración Pública (6,02), en este sentido creemos que esta tardanza en la finalización de los estudios (doblan la duración de los mismos en ambos casos), proviene del tipo de alumnado que tenemos, que en muchos casos compagina trabajo con estudios. Sería necesario estudiar el perfil del alumnado de la Facultad de Comercio y Gestión para poder determinar estas y otras características del perfil de nuestros estudiantes.

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.	Dip. CC. EE.	Dip. G.A.P.	Grado MEIM	Grado GAP
Tasa de Graduación	35.02%	12.82%	32.64%	NP	NP
Tasa de Abandono	19.92%	23.31%	18.33%	NP	NP
Tasa de Eficiencia	67.41%	63.91%	65.76%	NP	NP
Tasa de Rendimiento	63.15%	50.6%	63.18%	49.77%	58.6%
Tasa de Éxito	73.95%	64.83%	74.36%	67.62%	61.25%

Nos llama la atención la baja tasa de graduación de la Diplomatura en Ciencias Empresariales, mientras que el de la Diplomatura en Gestión y Administración Pública, lo duplica y está muy cercano a la tasa media de la rama a la que pertenecen ambas titulaciones. Vuelve a ponerse de manifiesto también la alta tasa de abandono de la Diplomatura en CC. EE., aunque como dato interesante podemos comentar que desciende casi 1 punto y medio con respecto al año anterior, pero sigue siendo superior a la media de la rama, mientras que en el caso de la Diplomatura en GAP, está muy cerca de la misma, aunque por debajo. La tasa de eficiencia de ambas titulaciones se sitúa en torno a la media de las titulaciones de la rama de CC. Jurídicas y Sociales.

Si nos centramos en la tasa de rendimiento, excepto la tasa de la Diplomatura en GAP, todas se sitúan por debajo de la media de la rama, pero llama la atención que tanto en la Diplomatura en CC. EE. como en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados estos datos se alejan casi en 13 puntos de la media de la Rama.

Por su parte la tasa de éxito, muestra en todos los casos, excepto en el de la Diplomatura en Gestión y Administración Pública, unos valores 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 pertenecen las titulaciones ofertadas.

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.

Otro aspecto a destacar es el porcentaje de alumnos que demandan la titulación en primera opción, el 86,67% en el caso del Grado en Gestión y Administración Pública y el 78,667% en el caso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, lo que supone una gran motivación de los alumnos que cursan las titulaciones que ofertan el Centro.

3. Identificación de puntos fuertes

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.

4. Análisis del cumplimiento de objetivos

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 años 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.

5. Definición de nuevos objetivos

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

6. Análisis de las 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 de dicada 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.

7. Definición de nuevas acciones de mejora

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.

Fecha de aprobación por Junta de Centro

08/03/2012