

**Memoria Anual de la F. Comercio y Gestión**

Curso 2011-2012

## 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

El presente documento incorpora la memoria anual de seguimiento del Sistema de Garantía de Calidad de la Facultad de Comercio y Gestión, del año 2012. En la presente Memoria procedemos a analizar los resultados del Sistema de Garantía de Calidad, así como la identificación de los puntos fuertes, el análisis del cumplimiento de objetivos propuestos, y de las acciones de mejora planteadas para su consecución. Derivado del análisis de los resultados del sistema y del estudio de los puntos fuertes y débiles detectados, se procederá al planteamiento de los nuevos objetivos de calidad para el año 2013, así como las acciones de mejora necesarias para su consecución.

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

En el presente apartado presentamos el análisis de los resultados del Sistema de Garantía de Calidad, a través del análisis de los 36 indicadores que componen el mismo, cuya medición y análisis nos permiten definir objetivos a perseguir así como identificar acciones de mejora de mejora relativo a los mismos.

### Nivel de cumplimiento de los objetivos de calidad (IN02)

Para el año 2012 se plantean como objetivos de calidad: 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, y contribuir a la mejora de las tasas de éxito y rendimiento. A la luz de los resultados arrojados por el SGC, (que se analizarán a lo largo del presente apartado) podemos afirmar que para el año 2012 se han cumplido el 100% de los objetivos planteados.

### Tasa de graduación (IN03)

En la siguiente tabla se detallan los valores de la tasa de graduación:

<b>TASA DE GRADUACIÓN (Media rama: 41,63%)</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	12,8%	17,4%
Diplomado en Gestión y Administración Pública	32,7%	43,3%
Grado en Gestión y Administración Pública	No procede	
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	No procede	

Tal y como podemos observar en los datos contenidos en la tabla anterior la evolución de la tasa de graduación es positiva tanto en la Diplomatura en Ciencias Empresariales como en la de Gestión y Administración Pública. En el caso de la Diplomatura en Gestión y Administración Pública esta cifra es superior a la de la Diplomatura en Ciencias Empresariales, aunque el incremento porcentual es mayor en el caso de la segunda. Si lo comparamos con la tasa de graduación media de la rama a la que pertenecen ambas titulaciones (41,63%) observamos que la Diplomatura en Gestión y Administración Pública, tiene una tasa de graduación superior a la misma, mientras que el caso de la Diplomatura de CC. Empresariales, la tasa de graduación tiene un valor inferior a la media de la rama de conocimiento. En ambos casos hemos de señalar que se trata de Títulos en extinción, sin docencia.

### **Tasa de abandono (IN04)**

Los datos de la tasa de abandono, muestran también una evolución positiva en el caso de las Diplomaturas que oferta el Centro, como podemos observar en la siguiente tabla. En el caso de la Diplomatura en CC. Empresariales la tasa es superior a la de la Diplomatura en Gestión y Administración Pública y en ambos casos superior la tasa de abandono media de la rama de conocimiento a la que pertenecen ambas titulaciones.

<b>TASA DE ABANDONO (Media rama: 21,1%)</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	23,3%	31,1%
Diplomado en Gestión y Administración Pública	18,3%	22,9%
Grado en Gestión y Administración Pública	No procede	
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	No procede	

Este incremento pensamos puede ser debido a distintos factores, por un lado el abandono de muchos alumnos al haber ido desapareciendo paulatinamente la docencia en las diplomaturas, sobre todo en aquellos casos en los que el alumnado tenía pendiente superar más del 50% de los créditos necesarios para la obtención del título. Por un lado se observa un incremento en la demanda de la adaptación del alumnado de las Diplomaturas en extinción a los Grados, sobre todo en el la Diplomatura en Empresariales donde han solicitado la adaptación al Grado de Marketing un total de 160 alumnos. En el caso de los grados no procede calcular este dato ya que actualmente los grados que ofrece la Facultad se encuentran en su tercer año y será el próximo curso académico cuando por primera vez se oferte el 4º curso de ambos grados.

### **Tasa de eficiencia (IN05)**

Los datos contenidos en la tabla, sobre la evolución de la tasa de eficiencia, nos ponen de manifiesto la evolución negativa de la mencionada tasa en el caso de ambas Diplomaturas.

<b>TASA DE EFICIENCIA (Media rama: 68,77%)</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	63,9%	54,2%
Diplomado en Gestión y Administración Pública	65,8%	63,3%
Grado en Gestión y Administración Pública	No procede	
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	No procede	

Pensamos que esta evolución coincide con la desaparición de la docencia en ambos títulos, suponemos que este hecho incide desfavorablemente en la eficiencia del alumnado.

### **Duración media de estudios (IN08)**

Observamos un descenso en la duración media de los estudios en ambas Diplomaturas aunque siguen siendo superiores a la media de la rama de conocimiento. Consideramos que el descenso respecto al año anterior, viene motivado por la extinción de ambas diplomaturas.

<b>DURACIÓN MEDIA DE ESTUDIOS (Media rama: 4,92)</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	6,3	5,7
Diplomado en Gestión y Administración Pública	6	5,9
Grado en Gestión y Administración Pública	No procede	
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	No procede	

### **Porcentaje de acciones de mejora realizadas (IN16)**

El porcentaje de acciones de mejora realizadas es del 67%. De las acciones de mejora planteadas para conseguir los objetivos propuestos para el año 2012, sólo se han cubierto dos, de las tres que se plantearon. En concreto una de las acciones de mejora proponía *“El 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”*

En este caso no se ha podido llevar a cabo el análisis segmentado de los datos con el objetivo de conocer las tasas de éxito y rendimiento en las distintas asignatura que forman la titulación. Desde el Vicerrectorado de Calidad, Planificación Estratégica y Responsabilidad Social, se nos informó de la creación de una herramienta informática, desde la cual los distintos Centros de la Universidad de Málaga, tendríamos acceso a los datos individuales por

asignaturas (una vez finalizado cada semestre), donde tendríamos la posibilidad de hacer un análisis más exhaustivo de los datos, con el fin de conocer las mencionadas tasas en cada una de las asignatura, así como por curso, por área de conociendo...Según la información recibida por este Vicerrectorado esta aplicación estaría disponible en los primeros meses del año 2012, lo que motivó la inclusión de esta acción de mejora para el año 2012. En la actualidad aún no disponemos de ninguna herramienta que nos permita realizar este análisis segmentado y por lo tanto esta acción de mejora no ha podido realizarse durante el año 2012.

**Nivel de satisfacción de los estudiantes con el proceso de selección, admisión y matriculación (IN19)**

Consideramos que el proceso de selección y admisión del alumnado no corresponde a las competencias del Centro, salvo en el caso de las adaptaciones a Grado y traslados de expedientes de estudios universitarios oficiales españoles o extranjeros. Por lo tanto no consideramos conveniente entrar a valorar este ítem.

<b>SATISFACCIÓN CON EL PROCESO DE ADMISIÓN, SELECCIÓN Y MATRICUALCIÓN</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	3,4	3,7
Diplomado en Gestión y Administración Pública	4,1	3,3
Grado en Gestión y Administración Pública	3,2	3,5
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	3,6	3,4

Dado que tenemos acceso a los datos recogidos en las encuestas hemos calculados los valores medios del ítem de la encuesta realizada al alumnado de la Facultad de Comercio y Gestión, del ítem que hace referencia al proceso de matriculación, ya que en este caso interviene el personal de secretaría del Centro. Los resultados obtenidos son los siguientes:

<b>SATISFACCIÓN CON EL PROCESO DE SELECCIÓN (MATRICULACIÓN)</b>	<b>2011-12</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	3,4
Diplomado en Gestión y Administración Pública	3,5
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	3,5
Grado en Gestión y Administración Pública	3,35
	<b>3,44</b>

Podemos observar que la valoración del proceso de matriculación es satisfactoria, obteniendo en todos los casos valores muy similares y superiores al valor 3, y encontrándose algo por encima de la valoración media de toda la Universidad de Málaga cuyo valor es de 3,34.

### **Grado de cobertura de las plazas ofertadas (IN20)**

En el caso de las Diplomaturas no hay datos disponibles ya que al ser Títulos en extinción no existe oferta de plazas de nuevo ingreso.

En el caso de ambos Grados las tasas superan el 100% lo que nos pone de manifiesto que ambas titulaciones responden a una demanda social.

<b>GRADO DE COBERTURA DE LAS PLAZAS OFERTADAS</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	No procede	
Diplomado en Gestión y Administración Pública	No procede	
Grado en Gestión y Administración Pública	101,3%	101,3%
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	101,3%	102%

### **Demanda de la titulación (IN22)**

<b>DEMANDA DE LA TITULACIÓN (1ª, 2ª Y 3ª OPCIÓN)</b>		<b>2011</b>	<b>2012</b>
Demanda de la Titulación en 1ª opción	Grado en Gestión y Administración Pública	86,7%	109,3%
	Grado en Marketing e Investigación de Mercados	78,7%	151,7%
Demanda de la Titulación en 2ª opción	Grado en Gestión y Administración Pública	104%	188%
	Grado en Marketing e Investigación de Mercados	66%	116,7%
Demanda de la Titulación en 3ª opción	Grado en Gestión y Administración Pública	612%	1056%
	Grado en Marketing e Investigación de Mercados	293,3%	491,3%

Observando los datos de la tabla podemos comprobar una evolución positiva en la demanda de plazas, llegando en el año 2012 a superar la demanda a la oferta en todas las opciones de matrícula, por lo que al igual que en el caso anterior podemos afirmar que ambas titulaciones responden a una demanda social.

**Porcentaje de estudiantes que participan en actividades de orientación (IN23)**

En este indicador se hace referencia a las actividades de acogida y apoyo a la formación, durante el año 2012 el 65,2% del alumnado participó en las actividades desarrolladas en el Centro.

**Nivel de satisfacción de los estudiantes con las actividades de orientación (IN24)**

Hemos creído conveniente realizar un análisis más exhaustivo en este indicador, separando por un lado las actividades de acogida a los nuevos estudiantes y por otro las actividades realizadas de apoyo a la formación.

<b>SATISFACCIÓN CON LAS ACTIVIDADES DE ORIENTACIÓN</b>	<b>Actividades de acogida</b>	<b>Actividades de apoyo a la formación</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	No procede	2,57
Diplomado en Gestión y Administración Pública	No procede	2,26
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	3,2	2,41
Grado en Gestión y Administración Pública	2,92	2,76

En primer lugar si observamos la satisfacción con las actividades de acogida, vemos como las actividades desarrolladas son bien valoradas por el alumnado, incluso presentando valores medios superiores a la media de la Universidad, la cual toma un valor de 2,74. Respecto a las actividades de apoyo a la formación, estas obtienen valores por debajo del tres, aunque rozando los valores medios de la Universidad de Málaga para este ítem de la encuesta de satisfacción del alumnado. En el caso de los títulos en extinción el valor medio es de 2,48 y en el caso de los grados de 2,6.

**Grado de cumplimiento de la planificación (IN26)**

A la vista de los datos contenidos en las tablas podemos considerar estos resultados satisfactorios ya que las valoraciones respecto al cumplimiento de la planificación se encuentran muy próximas al valor 4.

<b>GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LA PLANIFICACIÓN</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	3,9	3,9
Diplomado en Gestión y Administración Pública	4	3,9
Grado en Gestión y Administración Pública	3,9	3,7
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	3,8	3,8

### **Tasa de rendimiento (IN27)**

En la tabla siguiente podemos observar como la tasa de rendimiento aumenta en la Diplomatura de Ciencias Empresariales y se mantiene en la de Gestión y Administración Pública. En el caso de las Titulaciones de Grado, aumenta la tasa de rendimiento respecto al año anterior, no obstante solo se llega en el Grado en Gestión y Administración Pública al valor medio de la Rama a la que pertenecen los Grados (68,82) , mientras que el caso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados permanece por debajo.

<b>TASA DE RENDIMIENTO</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	50,6	54,2
Diplomado en Gestión y Administración Pública	63,2	63,3
Grado en Gestión y Administración Pública	49,8	68,7
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	58,6	60,6

### **Tasa de éxito (IN28)**

La tasa de éxito evoluciona favorablemente en todas las Titulaciones que oferta el Centro, excepto en el caso de la Diplomatura en Gestión y Administración Pública, donde el valor podemos decir que se mantiene. Si tomamos como referencia el valor medio de la tasa de éxito de la rama de conocimiento a la que pertenecen estas titulaciones (73,48), podemos observar como en caso tanto de la Diplomatura como el Grado en y Administración Pública, se encuentran por encima, mientras que en el caso de la Diplomatura en CC. Empresariales y el Grado en Marketing e Investigación de Mercados, estas tasas están por debajo de la media.

<b>TASA DE ÉXITO</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	64,8	67,2
Diplomado en Gestión y Administración Pública	74,4	74,1
Grado en Gestión y Administración Pública	67,6	73,8
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	61,3	62,5

### **Satisfacción del alumnado con los sistemas de evaluación (IN29)**

Podemos afirmar que, en general, se observa un nivel de satisfacción alto en todas las titulaciones ofertadas por el Centro, obteniendo valoraciones en todos los casos superiores al valor 3, y en la mayoría de ellos cercanos al 4. También podemos observar que no existen diferencias significativas respecto a la evolución de estos valores.

<b>SATISFACCIÓN CON LOS SISTEMAS DE EVALUACIÓN</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	3,8	3,8
Diplomado en Gestión y Administración Pública	3,8	3,7
Grado en Gestión y Administración Pública	3,7	3,4
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	3,6	3,7

### **Porcentaje de alumnos del Centro que participan en programas de movilidad, enviados (IN30)**

En el año 2012 el 0,8% del alumnado de la Facultad de Comercio y Gestión participó en algunos de los programas de movilidad existentes. Esta cifra se ha duplicado respecto al año anterior donde el 0,4% del alumnado participó en algunos de los programas anteriormente mencionados.

### **Grado de satisfacción de los alumnos que participan en programas de movilidad, enviados (IN31)**

No hay datos disponibles para su valoración

### **Porcentaje de alumnos que participan en programas de movilidad, recibidos (IN32)**

Los alumnos que recibió la Facultad de Comercio y Gestión, en el año 2012, en total de todos los programas de movilidad ofertados, representa el 1,6% de la totalidad de alumnos de la Facultad. Este porcentaje desciende respecto al año 2011, donde los alumnos recibidos por los programas de movilidad, representaban el 2,2% del total de alumnos del Centro.

### **Grado de satisfacción de los alumnos que participan en programas de movilidad, recibidos (IN33)**

No hay datos disponibles para su valoración

### **Número de alumnos que asisten a las actividades de orientación (IN34)**

El número total de alumnos que han participado en las distintas actividades de orientación profesional, durante en año 2012, es de 610. Podemos ver que esta cifra ha crecido considerablemente respecto al año anterior, donde la cifra de asistentes fue de 380 alumnos.

### **Nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a los servicios de orientación profesional (IN35)**

Los valores relativos en torno a la satisfacción con los servicios de orientación profesional se encuentran en torno al valor medio de la escala. Se puede observar un ligero descenso de los mismos en su evolución respecto al año anterior.

<b>SATISFACCIÓN CON LOS SERVICIOS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	2.4	2.4
Diplomado en Gestión y Administración Pública	2.7	2.2
Grado en Gestión y Administración Pública	2.9	2.2
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	3.2	2.4

### **Inserción en el tejido socioeconómico de los egresados (IN36)**

Los datos de inserción en el tejido socio económico de los egresados son bastantes favorables, sobre todo en el caso de los Diplomados en Gestión y Administración Pública. En el caso de los Diplomados en CC. Empresariales, aunque el porcentaje desciende, no puede ser considerado como un dato desfavorable dada la situación económica que está viviendo nuestro país en la actualidad.

<b>INSERCIÓN LABORAL DE LOS EGRESADOS</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	60,1%	55,4%
Diplomado en Gestión y Administración Pública	45,2%	63,6%
Grado en Gestión y Administración Pública	No procede	
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	No procede	

### **Oferta de prácticas externas (IN37)**

Actualmente la oferta de prácticas externas se divide en dos tipos, las prácticas extracurriculares y las prácticas curriculares. En el primero de los casos, las prácticas son ofertadas a los alumnos a través del Vicerrectorado de Coordinación Universitaria, a través del [Servicio de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo](#), en cuyo caso no disponemos de datos. En el caso de la prácticas curriculares, se han de ofertar a los alumnos de Grado a partir del último año de los mismos, es por ello que actualmente no se ofertan este tipo de prácticas a los alumnos de los Grados de Gestión y Administración Pública y de Marketing e Investigación de Mercados, ya que ambos se encuentran en su tercer año de implantación.

### **Nivel de satisfacción con las prácticas externas (IN38)**

Los valores medios del nivel de satisfacción del alumnado con las prácticas externas, hacen referencia a las prácticas extracurriculares ofertadas por Vicerrectorado de Coordinación Universitaria, a través del [Servicio de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo](#), motivo por el cual no consideramos conveniente entrar a valorar este ítem.

<b>SATISFACCIÓN CON LAS PRÁCTICAS EXTERNAS 2011-12</b>	
Diplomado en Ciencias Empresariales	1,9
Diplomado en Gestión y Administración Pública	2
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	2,8
Grado en Gestión y Administración Pública	2,3

### **Nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a la gestión de expedientes y tramitación de títulos (IN41)**

<b>SATISFACCIÓN CON LA GESTIÓN DE EXPEDIENTES Y TRAMITACIÓN DE TÍTULOS</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	3,1	2,8
Diplomado en Gestión y Administración Pública	3,5	2,9
Grado en Gestión y Administración Pública	Np	3,1
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	NP	2,8

De la observación de los valores medios incluidos en la tabla anterior relativos al nivel de satisfacción en la gestión de expedientes y tramitación de títulos, podemos observar como todos los valores están próximos al valor 3, por encima del valor medio de la escala de valoración.

### **Grado de cumplimiento de las necesidades de personal académico (IN 43)**

No hay datos disponibles para su valoración

### **Relación porcentual entre el número total de PDI funcionario sobre el total de PDI (IN44)**

En el año 2011 el porcentaje de PDI funcionarios sobre el total era de un 66%, pasando a ser de un 60,8% en el año 2012. Como podemos observar esta cifra ha disminuido.

### **Nivel de satisfacción del alumnado con respecto a la actividad docente (IN49)**

Como podemos observar en la siguiente tabla, todos los valores son superiores a 3, e incluso en la mayoría de los casos cercanos a 4. Las valoraciones muestran una evolución estable respecto al año anterior.

<b>SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO RESPECTO A LA ACTIVIDAD DOCENTE</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	3,9	3,8
Diplomado en Gestión y Administración Pública	3,8	3,9
Grado en Gestión y Administración Pública	3,6	3,5
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	3,7	3,7

### **Porcentaje de profesores que participan en actividades de formación (IN54)**

Durante el año 2012 participaron en actividades de formación el 31,4% del profesorado adscrito al Centro. Este dato muestra una evolución muy favorable ya que en el año 2011 este dato fue de un 22,5%.

### **Grado de satisfacción del PDI con la formación recibida (IN55)**

La valoración de la formación recibida por el PDI, alcanza un valor de 7,74 puntos, por lo que podemos afirmar que en general este colectivo se encuentra muy satisfecho con la formación recibida.

### **Porcentaje de PAS que participa en actividades de formación (IN56)**

El porcentaje de Personal de Administración y Servicios que participa en actividades de formación durante el año 2012 es de un 64,3%, cifra que tiene una evolución negativa respecto al año 2011 donde participaron en actividades de formación un 80%.

### **Grado de satisfacción del PAS con la formación recibida (IN57)**

La valoración de la formación recibida por el Personal de Administración y Servicios, alcanza un valor de 7,3 puntos, por lo que podemos afirmar que en general este colectivo se encuentra muy satisfecho con la formación recibida.

### **Satisfacción de los grupos de interés con respecto a los recursos materiales (IN58)**

La satisfacción mostrada con respecto a los recursos materiales alcanza un valor de 2,4, con una escasa variación respecto al año anterior donde la valoración fue de 2,6.

### **Número de puestos de trabajo por estudiante (IN59)**

El número de puestos de trabajo es de 0,9, con un incremento considerable respecto a la cifra del año anterior (0,44) debido a la extinción de la docencia en los títulos en extinción.

### **Nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios (IN61)**

El nivel general de satisfacción de los usuarios del servicio alcanza una puntuación de 3,6; por lo que podemos afirmar que el grado de satisfacción es alto.

### **Porcentaje de acciones implantadas (IN63)**

Se han atendido el 100% de las sugerencias y quejas recibidas.

## **3. Identificación de puntos fuertes**

De análisis realizado de los resultados del SGC podemos destacar los siguientes puntos fuertes:

La oferta de los Grados responde a una demanda social, tal y como ponen de manifiesto los datos que hacen referencia, tanto a la demanda de las titulaciones, como al grado de cobertura de las plazas ofertadas, tanto en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados, como en el Grado en Gestión y Administración Pública.

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.

Tanto las tasas de rendimiento como de éxito tienen una evolución muy positiva.

En general existe el alumnado se muestra satisfecho, en temas relativos al cumplimiento de la planificación, sistemas de evaluación, actividad docente.

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.

#### **4. Análisis del cumplimiento de objetivos**

Para el año 2012 se plantearon como objetivos:

Continuar con la implantación del Sistema de Garantía de Calidad, desde la Facultad de Comercio y Gestión se ha continuado con la implantación del SGC.

Contribuir a la coordinación entre las distintas asignaturas que conforman los grados ofertados por el centro. Para ello la Facultad ha creado la figura de Coordinador de Grado, para cada una de las titulaciones que imparte el Centro y que fueron nombradas el 1 de octubre de 2012.

Contribuir a la mejora de las tasas de éxito y rendimiento, tal y como muestran los indicadores IN27 (tasa de rendimiento) e IN28 (tasa de éxito) se observa una mejora sustancial en las mismas.

#### **5. Definición de nuevos objetivos**

Para el año 2013, la Facultad de Comercio y Gestión se plantea los siguientes objetivos de calidad:

Implementar la puesta en marcha y funcionamiento de los Trabajos de Fin de Grado (TFG).

Incrementar la oferta de destinos de movilidad para el alumnado de la Facultad de Comercio y Gestión.

Implementar una oferta de prácticas curriculares, que ayuden al alumnado la adquisición de las competencias necesarias para la adquisición del Título de Grado.

#### **6. Análisis de las acciones de mejora**

Para la consecución de los objetivos planteados para el año 2012 se propusieron 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. Actualmente existe la mencionada figura tanto para el Grado en Marketing e Investigación de Mercados como para el de Gestión y Administración Pública.

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. Debido a un retraso en el desarrollo de un sistema que permitiera el análisis detallado de las tasas anteriormente mencionadas y dada la imposibilidad de hacerlo con el actual sistema de gestión de datos, esta acción de mejora no se ha podido llevar a cabo.

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. La mejora de las tasas pone de manifiesto la consecución de esta acción de mejora, para ello se han intensificado las visitas y charlas en centros para la captación de alumnos, así como un refuerzo en las actividades desarrolladas para tal fin como las Jornadas de Puertas Abiertas de la Universidad de Málaga.

## **7. Definición de nuevas acciones de mejora**

Para la consecución de los objetivos planteados para el año 2013 se plantean las siguientes acciones de mejora:

Desarrollo de una normativa de Centro que contenga las directrices básicas relacionadas con la definición, realización, tutela, defensa, evaluación y gestión administrativa de los Trabajos de Fin de Grado (TFG) correspondientes a las titulaciones oficiales de Graduado que se imparten en la facultad de Comercio y Gestión de la Universidad de Málaga, siguiendo las directrices marcadas por el reglamento de Trabajo Fin de Grado de la Universidad de Málaga, aprobado en Consejo de Gobierno el 23 de enero de 2013.

Contactar con Universidades Europeas que ofrezcan Titulaciones similares a las ofertadas por la Facultad de Comercio y Gestión, con el fin de conseguir la firma de acuerdos que permitan ofrecer al alumnado un mayor número de destinos en la oferta de movilidad.

Desarrollar una normativa de Centro que regule el acceso a las prácticas curriculares, así como la firma de acuerdos con distintas instituciones que acojan al alumnado en prácticas.

## **Fecha de aprobación por Junta de Centro**

00/00/0000