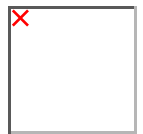




**Memoria Anual de la F. Comercio y Gestión**

Curso 2012-2013



## 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**

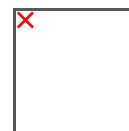
**4.Análisis del cumplimiento de objetivos**

**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 2013. En la presente documento 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 2014, 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 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 2013 se plantean como 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.

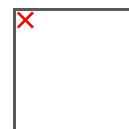
-Implementar una oferta de prácticas curriculares, que ayuden al alumnado la adquisición de las competencias necesarias para la adquisición del Título de Grado.

A la luz de los resultados arrojados por el SGC, (que se analizarán a lo largo del presente apartado) podemos afirmar que para el curso 2012-13 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:

TASA DE GRADUACIÓN	2010-11	2011-12	2012-13
Diplomado en Ciencias Empresariales	12,8%	17,4%	33,4%



Diplomado en Gestión y Administración Pública	32,7%	43,3%	40%
Grado en Gestión y Administración Pública	No procede		
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	No procede		

Tal y como observamos en los datos contenidos en la tabla anterior podemos ver como en el caso de la Diplomatura en Ciencias Empresariales, la tasa de graduación casi duplica a la del curso anterior, en el caso de la Diplomatura en Gestión y Administración Pública la tasa desciende en 3,3 puntos (aspecto que es justificable ya que actualmente el número de alumnas/os matriculados en la Diplomatura de Gestión y Administración Pública es inferior a 50), aunque podemos seguir afirmando que son resultados muy positivos teniendo en cuenta que son títulos en extinción y que actualmente no se imparte docencia en los mismos.

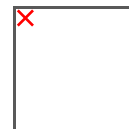
**Tasa de abandono (IN04)**

En el caso de los títulos en extinción, es decir, las diplomaturas en Ciencias Empresariales y en Gestión y Administración Pública, la tasa de abandono ha sido nula. Por su parte podemos observar como la tasa de abandono en el caso del Grado en Gestión y Administración Pública es de un 25%, superando la media de la rama de conocimiento a la que pertenece y en el caso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados es de un 16,53%, prácticamente coincidente con la media de la rama. Aunque podemos afirmar que ambos casos la mencionada tasa es inferior a la tasa de abandono prevista en la Memoria de Verificación de Títulos de ambos grados, siendo esta última de un 30%

<b>TASA DE ABANDONO (Media rama: 16,43%)</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>	<b>2012-13</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	23,3%	31,1%	0
Diplomado en Gestión y Administración Pública	18,3%	22,9%	0
Grado en Gestión y Administración Pública	No procede		25%
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	No procede		16,53%

**Tasa de eficiencia (IN05)**

Respecto a esta tasa, en el caso de los Grados, hasta que no se gradúe la primera promoción, no se pueden aportar datos, dada la naturaleza de la tasa. Respecto a las Diplomaturas no se disponen de los datos, motivo por el cual



no podemos analizar los resultados.

<b>TASA DE EFICIENCIA</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>	<b>2012-13</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	63,9%	54,2%	0
Diplomado en Gestión y Administración Pública	65,8%	63,3%	0
Grado en Gestión y Administración Pública	No procede	No procede	No procede
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	No procede	No procede	No procede

**Duración media de estudios (IN08)**

Observamos un aumento en la duración media de los estudios en ambas diplomaturas, lo cual pensamos que es debido a que se trata de titulaciones a extinguir y se da el caso de que muchos/as alumnos/as de las mismas, han retomado sus estudios después de algunos años, con el objetivo de intentar finalizarla antes de su total extinción. En el caso concreto de la Diplomatura en Gestión y Administración Pública, hemos de señalar que se trata de un alumnado “especial” ya que un gran porcentaje del mismo compaginan trabajo con estudios, lo que contribuye a aumentar el tiempo de finalización de estudios.

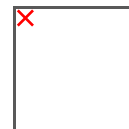
<b>DURACIÓN MEDIA DE ESTUDIOS (Media rama: 5,97)</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>	<b>2012-13</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	6,3	5,7	6,29
Diplomado en Gestión y Administración Pública	6	5,9	7,66
Grado en Gestión y Administración Pública	No procede		
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	No procede		

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

El porcentaje de acciones de mejora realizadas es del 100%, que se concretaban en las siguientes:

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.

### **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, aunque estimamos oportuno incluir los valores alcanzados los cuales se detallan en la tabla siguiente:

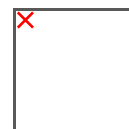
<b>SATISFACCIÓN CON EL PROCESO DE ADMISIÓN, SELECCIÓN Y MATRICULACIÓN</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>	<b>2012-13</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	3,4	3,7	- - -
Diplomado en Gestión y Administración Pública	4,1	3,3	- - -
Grado en Gestión y Administración Pública	3,2	3,5	3,13
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	3,6	3,4	3,46

Dado que tenemos acceso a los datos recogidos en las encuestas hemos calculados los valores medios en 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 MATRICULACIÓN</b>	<b>2011-12</b>	<b>2012-13</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	3,4	- - -
Diplomado en Gestión y Administración Pública	3,5	- - -
Grado en Gestión y Administración Pública	3,35	3,3
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	3,5	3,5
	<b>3,44</b>	<b>3,40</b>

Podemos observar que la valoración del proceso de matriculación se mantiene, y podemos afirmar que es satisfactoria, alcanzando una puntuación superior al valor 3. El valor medio de la satisfacción con el proceso de matriculación en el curso 2012-13 es de 3,40 puntos, encontrándose algo por encima de la valoración media de toda la Universidad de Málaga cuyo valor es de 3,38.

### **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%, e incrementan en el último curso académico, lo que nos pone de manifiesto que ambas titulaciones siguen respondiendo a una demanda social.

<b>GRADO DE COBERTURA DE LAS PLAZAS OFERTADAS</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>	<b>2012-13</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%	104%
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	101,3%	102%	104%

**Demanda de la titulación (IN22)**

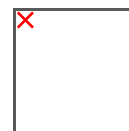
<b>DEMANDA DE LA TITULACIÓN (1ª, 2ª Y 3ª OPCIÓN)</b>		<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>	<b>2012-13</b>
Demanda de la Titulación en 1ª opción	Grado en Gestión y Administración Pública	86,7%	109,3%	422,67%
	Grado en Marketing e Investigación de Mercados	78,7%	151,7%	222,33%
Demanda de la Titulación en 2ª opción	Grado en Gestión y Administración Pública	104%	188%	524%
	Grado en Marketing e Investigación de Mercados	66%	116,7%	146,33%
Demanda de la Titulación en 3ª opción	Grado en Gestión y Administración Pública	612%	1056%	3374,67%
	Grado en Marketing e Investigación de Mercados	293,3%	491,3%	561,67%

Observando los datos de la tabla podemos comprobar una evolución positiva en la demanda de plazas, llegando 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 dan respuesta a una demanda social.

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

En este indicador se hace referencia tanto a las actividades de acogida y orientación al estudiante de nuevo ingreso, así como actividades de apoyo a la formación de los estudiantes.

Respecto a las actividades de acogida y orientación de estudiantes de nuevo



ingreso la participación del alumnado ha sido de un 90%.

Respecto a las actividades de apoyo a la formación de los estudiantes, la participación de los mismos ha sido aproximadamente de un 40%. Respecto al descenso, se puede justificar teniendo en cuenta que muchas de las actividades que se ofertan por parte del Centro, se vienen ofertando (debido a su demanda) todos los cursos académicos y por lo tanto existe un elevado porcentaje de alumnos/as que ya han realizado dichas actividades en cursos anteriores. Aunque es cierto que desciende el número de participantes, podemos observar en el IN24, como aumenta el grado de satisfacción de los mismos, respecto a estas actividades.

### **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.

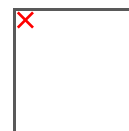
<b>SATISFACCIÓN CON LAS ACTIVIDADES DE ORIENTACIÓN</b>	<b>Actividades de acogida</b>	<b>Actividades de apoyo a la formación</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	No procede	2,38
Diplomado en Gestión y Administración Pública	No procede	1,9
Grado en Gestión y Administración Pública	2,4	2,4
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	2,9	3,5
<b>MEDIA FACULTAD COMERCIO Y GESTIÓN</b>	<b>2,65</b>	<b>2,95</b>
<b>MEDIA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA</b>	<b>2,9</b>	<b>2,8</b>

En primer lugar si observamos la satisfacción con las actividades de acogida, vemos como las actividades desarrolladas son bien valoradas por el alumnado, con valores medios del Centro, cercanos a la media de la Universidad, la cual toma un valor de 2,9. Respecto a las actividades de apoyo a la formación, podemos observar como en el caso del Grado en Gestión y Administración Pública se mantiene más o menos estable, (pasando de un valor de 2,7 a un valor de 2,4), mientras que en el caso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados observamos una evolución positiva bastante favorable (siendo en el curso actual de 3,5 puntos, frente a un valor de 2,4 en el curso anterior). En el caso de la media por Centro (2,95) se obtiene un valor por encima de la media de la Universidad (2,8).

### **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 y además se mantiene estables en su evolución, con un leve incremento en el caso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

<b>GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LA PLANIFICACIÓN</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>	<b>2012-13</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	3,7
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	3,8	3,8	3,9

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

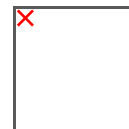
En la tabla siguiente podemos observar como la tasa de rendimiento desciende tanto en la Diplomatura de Ciencias Empresariales, como en la Diplomatura Gestión y Administración Pública, ambos títulos en extinción. En el caso de las Titulaciones de Grado, aumenta la tasa de rendimiento respecto al año anterior, en ambos casos en casi 10 puntos, 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 (79,42), 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>	<b>2012-13</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	50,6	54,2	45
Diplomado en Gestión y Administración Pública	63,2	63,3	47,67
Grado en Gestión y Administración Pública	49,8	68,7	78,99
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	58,6	60,6	70,29

### **Tasa de éxito (IN28)**

La tasa de éxito evoluciona favorablemente en los Grados que oferta el Centro, no pudiendo afirmar lo mismo para las Diplomaturas en extinción, ya que en ambos casos se observa un descenso considerable. En el caso del Grado de Gestión y Administración Pública observamos que el incremento es superior a los 15 puntos, llegando a alcanzar un valor del 89% superior a la cifra de la Rama de Conocimiento a la que pertenece el grado (87,70%). En el caso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, el crecimiento de la tasa es aún mayor, siendo este crecimiento superior a 18%, sin embargo, aunque alcanza un valor próximo a la media de la rama, sigue estando por debajo del valor de la misma.

<b>TASA DE ÉXITO</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>	<b>2012-13</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	64,8	67,2	62,9



Diplomado en Gestión y Administración Pública	74,4	74,1	63,5
Grado en Gestión y Administración Pública	67,6	73,8	89
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	61,3	62,5	81,13

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

Podemos afirmar que, en general, se observa un nivel de satisfacción alto en los Títulos de Grado ofertados por el Centro, obteniendo valoraciones en todos los casos superiores al valor 3, pudiendo 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>	<b>2012-13</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	3,5
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	3,6	3,7	3,7

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

En el curso 2012-13, el 0,7% del alumnado de la Facultad de Comercio y Gestión participó en algunos de los programas de movilidad existentes. Esta cifra se mantiene estable respecto al curso anterior.

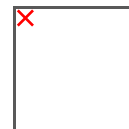
**Grado de satisfacción de los alumnos que participan en programas de movilidad, enviados (IN31)**

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 2013, en total de todos los programas de movilidad ofertados, representa el 1,93% de la totalidad de alumnos que recibe la Universidad de Málaga. Este porcentaje se incrementa respecto al año 2012, donde los alumnos recibidos por los programas de movilidad, representaban el 1,6% del total de alumnos de movilidad de la Universidad.

**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 el curso 2012-13, es de 139. Este cifra es inferior a la del curso anterior, y puede justificarse por la reducción del número de alumnos de los títulos en extinción y por el año de implantación de los Títulos de Grado; se trata de alumnos que acuden a los programas de orientación empresarial, antes de su incorporación al mundo laboral, en busca de formación, y prácticas extracurriculares y también al darse el caso de que los Títulos de Grado que oferta el Centro, en el curso académico analizado se encontraban en su tercer año de implantación, es lógico que el alumnado haya demandado en menor medida estos servicios de orientación.

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

El grado de satisfacción con los servicios de orientación profesional, alcanza un valor muy elevado, siendo para el curso analizado de 4,43 puntos.

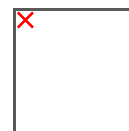
### **Inserción en el tejido socioeconómico de los egresados (IN36)**

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 sigue en descenso, 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>	<b>2012-13</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	60,1%	55,4%	50,22%
Diplomado en Gestión y Administración Pública	45,2%	63,6%	66,7%
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. Las prácticas curriculares se empezarán a ofertar en el segundo semestre del curso 2013-14.**

### **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 en profundidad este ítem, aún así en la tabla se puede observar la evolución positiva de la satisfacción de los alumnos con las prácticas externas realizadas.

<b>SATISFACCIÓN CON LAS PRÁCTICAS EXTERNAS</b>	<b>2011-12</b>	<b>2012-13</b>
Diplomado en Ciencias Empresariales	1,9	- - -
Diplomado en Gestión y Administración Pública	2	- - -
Grado en Gestión y Administración Pública	2,3	2,7
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	2,8	2,9

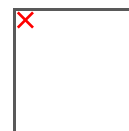
### **Nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a la gestión de expedientes y tramitación de títulos (IN41)**

<b>SATISFACCIÓN CON LA GESTIÓN DE EXPEDIENTES Y TRAMITACIÓN DE TÍTULOS</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>	<b>2012-13</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	3,2
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	NP	2,8	3

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 la evolución positiva en ambos grados.

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

El porcentaje de PDI funcionarios sobre el total es de un 60,8% en el año 2013, cifra que se mantienen respecto al año anterior.



### **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, las valoraciones muestran una evolución estable respecto a al año los años anteriores.

<b>SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO RESPECTO A LA ACTIVIDAD DOCENTE</b>	<b>2010-11</b>	<b>2011-12</b>	<b>2012-13</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	3,6
Grado en Marketing e Investigación de Mercados	3,7	3,7	3,75

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

Durante el curso 2012-13 participaron en actividades de formación el 29,5% del profesorado adscrito al Centro, aunque sufre un leve descenso podemos decir que se mantiene estable, ya que en el curso 2011-12 participaron en actividades de formación el 31,4% de los profesores adscritos al Centro.

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

La valoración de la formación recibida por el PDI, alcanza un valor de 8,75 puntos, por lo que podemos afirmar que en general este colectivo se encuentra muy satisfecho con la formación recibida, e incluso incrementa la satisfacción respecto al curso anterior (7,74).

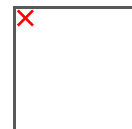
### **Porcentaje de PAS que participa en actividades de formación (IN56)**

El porcentaje de Personal de Administración y Servicios que participa en actividades de formación durante el curso 2012-13 es de un 71,43%, cifra que tiene una evolución positiva respecto al curso 2011-12 donde participaron en actividades de formación un 64,3%.

### **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 7,87 puntos, por lo que podemos afirmar que en general este colectivo se encuentra muy satisfecho con la formación recibida, e incluso incrementa la satisfacción respecto al curso anterior (7,3).

### **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 3,5 para en el Grado en Gestión y Administración Pública y de 3,7 para el Grado de Marketing e Investigación de Mercados. La media del Centro por tanto alcanza un valor de 3,6 lo que supone un crecimiento superior a un punto respecto al curso académico anterior que fue de 2,4.

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

El número de puestos de trabajo es de 1,9 por alumno, para el cómputo se ha considerado la mitad de las plazas ofertadas por biblioteca, así como las disponibles en las salas de estudio, al ser el edificio compartido con la Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo.

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

La satisfacción de los usuarios de los servicios alcanza un valor de 3,73 para en el Grado en Gestión y Administración Pública y de 3,47 para el Grado de Marketing e Investigación de Mercados, observando una evolución positiva respecto al curso anterior, donde el Grado de Gestión y Administración Pública alcanzó un valor de 3,26 puntos y el de Marketing e Investigación de Mercados de 3,29.

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

A través del buzón de felicitaciones, quejas y sugerencias, se han recibido en todos los casos peticiones de información. En todos los casos se ha facilitado la información solicitada y se han aclarado las dudas consultadas, pero ninguno de los casos daba pie a la definición de acciones de mejora, en base a las mismas.

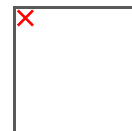
## **3. Identificación de puntos fuertes**

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, e incluso mejora.

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, como se pone de manifiesto en el IN58 donde se valora la satisfacción con los recursos materiales.

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

Para el curso 2012-13 se plantean como objetivos de calidad:

-Implementar la puesta en marcha y funcionamiento de los Trabajos de Fin de Grado (TFG): El Reglamento de Trabajos Fin de Grado de la Facultad de Comercio y Gestión, fue aprobado por la Junta de la Facultad de Comercio y Gestión en sesión de 20 de marzo de 2013, y modificado en sesión del 18 de julio de 2013.

-Incrementar la oferta de destinos de movilidad para el alumnado de la Facultad de Comercio y Gestión: se establecen contactos con nuevas instituciones extranjeras con el fin de aumentar los destinos de movilidad a ofertar al alumnado de la Facultad de Comercio y Gestión. El número de destinos se aumenta considerablemente pasando de 9 a 23.

-Implementar una oferta de prácticas curriculares, que ayuden al alumnado la adquisición de las competencias necesarias para la adquisición del Título de Grado: En la sesión del 25 de junio de 2013, es aprobado por la Junta de la Facultad de Comercio y Gestión, el Reglamento de Prácticas en Empresas y/o Externas de la Facultad De Comercio Y Gestión.

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

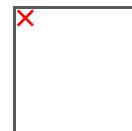
Para el curso 2013-14, la Facultad de Comercio y Gestión se plantea los siguientes objetivos de calidad:

Seguir incrementado el número de destinos de movilidad para ofertar al alumnado.

Desarrollo de nuevos espacios para la docencia.

La dotación de las nuevas aulas con la tecnología y los medios necesarios.

Incrementar la oferta de prácticas en empresas.



## 6. Análisis de las acciones de mejora

Para la consecución de los objetivos planteados para el curso 2012-13 se plantearon 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. El Reglamento de Trabajos Fin de Grado de la Facultad de Comercio y Gestión, fue aprobado por la Junta de la Facultad de Comercio y Gestión en sesión de 20 de marzo de 2013, y modificado en sesión del 18 de julio 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. Se han realizado numerosos contactos con universidades extranjeras, pasando el número de acuerdos firmados con la Facultad de Comercio y Gestión de 9 en el curso 2011-12, a 23 acuerdos firmados en el curso 2012-13.

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. En la sesión del 25 de junio de 2013, es aprobado por la Junta de la Facultad de Comercio y Gestión, el Reglamento de Prácticas en Empresas y/o Externas de la Facultad De Comercio Y Gestión. Aunque las prácticas no se empiezan a ofertar hasta el segundo semestre del curso 2013-14, durante al curso 2012-13 se firmaron 24 acuerdos de colaboración con distintas entidades, con el objetivo de ir elaborando la oferta.

## 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:

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.

Estudiar y desarrollar un proyecto para llevar a cabo la adecuación de espacios destinados al trabajo/estudio del alumnado, para la creación de nuevos espacios de docencia debido a la implantación del cuarto curso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

Equipar las nuevas aulas creadas con el objetivo de adaptarlas a las necesidades de la docencia, pizarra, proyector, sonido, equipo informático, así como los





programas necesarios para la docencia.

Contactar con empresas e instituciones, con el fin de incrementar el número de acuerdos de prácticas para el alumnado de los Títulos de Grado que imparte el Centro.

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

**01/04/2014**