



## **Autoinforme de seguimiento Curso 2024/25 (Convocatoria 2026)**

**GRADO: MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

**CENTRO/S: FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA  
COMUNICACIÓN**

<b>Elaborado:</b>	<b>Aprobado:</b>
Comisión de Garantía de Calidad del Centro	Junta de centro
<b>Fecha: 11/03/2026</b>	<b>Fecha: 11/03/2026</b>

### DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO

Universidad	Cádiz	
ID Ministerio	2501753	
Denominación del título	Grado en Marketing e Investigación de Mercados	
Curso académico de implantación	2010-2011	
Web de la titulación	<a href="https://ccsociales.uca.es/grados/grado-en-marketing-e-investigacion-de-mercados/">https://ccsociales.uca.es/grados/grado-en-marketing-e-investigacion-de-mercados/</a>	
Oferta de título doble	<b>SÍ</b>	x
	<b>NO</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Doble Grado en Marketing e Investigación de Mercados y Turismo</li> <li>• Doble Grado en Publicidad y RRPP y Marketing e Investigación de Mercados</li> </ul> <p>Ambos en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.</p>	
En su caso, especificar la/las titulación/es y el/los centro/s		
En caso de ser un título conjunto, especificar las universidades donde se imparte	-	
Modalidad de enseñanza (presencial, semipresencial-híbrida, virtual, a distancia)	Presencial	
En su caso, fecha de la última renovación de la acreditación	2022-23	
En su caso, créditos prácticos obligatorios		-
En su caso, estructuras curriculares específicas		-

### APLICACIONES PARA LA GESTIÓN DOCUMENTAL Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN

Relación de aplicaciones y herramientas:

APLICACIÓN O HERRAMIENTA	URL	USUARIO	CLAVE
UCADRIVE DE CENTRO	<a href="https://ucadrive.uca.es">https://ucadrive.uca.es</a>	evccsocialcomunica	c202090

## 1) INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE (IPD): WEB

Para garantizar que la información del título y centro, se encuentra accesible y actualizada, anualmente se revisa en el seno de la Comisión de Garantía de Calidad, conforme al proceso P01 - Difusión de la Información (<https://goo.su/eLrA>), teniendo en cuenta las necesidades detectadas, en su caso, en los informes de ACCUA y el informe resultante de la auditoría interna realizada sobre la Información Pública Disponible en la web del Programa.

La información pública del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, se elabora, habitualmente, de acuerdo con los protocolos en vigor de ACCUA.

En dicha web el título publica información completa y actualizada sobre las características del programa y su desarrollo operativo, los resultados alcanzados y la satisfacción de los grupos de interés, así como al Sistema de Garantía de Calidad donde se incluye información sobre los responsables del mismo, los procesos y procedimientos, así como el Plan de Mejora del título. Asimismo, la web da acceso a las diferentes normativas académicas y sistemas de apoyo específicos para el alumnado una vez matriculado y a los documentos oficiales del título (memoria, autoinformes, informes ACCUA, etc.)

Los indicadores de satisfacción del estudiantado y profesorado con la IPD forman parte del Sistema de Garantía de Calidad, P01 – Proceso de difusión de la información. Estos indicadores se analizan y son utilizados para la mejora del título a través de este autoinforme, donde se detectan los puntos fuertes, puntos débiles y se diseñan, en este último caso, acciones de mejora.

La información que publica la web de la **Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación** (<https://ccsociales.uca.es/>) es la necesaria para que los grupos de interés puedan llevar a cabo sus actividades académicas, docentes o de investigación con éxito. En este apartado se puede encontrar información sobre el funcionamiento de la facultad (órganos de gobierno, servicios, delegación de alumnos, sistema de garantía de calidad e información para empleadores), información para futuros estudiantes, los enlaces a las páginas específicas de las titulaciones de grado y de máster, información para alumnos (normativa, el programa de acción tutorial del centro, prácticas, TFG, etc.), movilidad nacional e internacional e información sobre las políticas de calidad de la Facultad.

La información pública sobre el **Grado en Marketing e Investigación de Mercados** se encuentra disponible en la página Web del título <https://bit.ly/4ad9aBz>. Además de otra información de interés, en ella se ofrece acceso a la información pública del Grado, a la memoria del título, al itinerario curricular recomendado, a los perfiles del título, al calendario académico, a los programas de las asignaturas, a los horarios de clase, a las guías docentes, a la información relativa a los Trabajos de Fin de Grado. La información pública del grado se elabora de acuerdo con el protocolo específico de evaluación de la información pública disponible detallado en el Anexo I del Procedimiento para el Seguimiento de los Títulos Oficiales de Grado y Máster (versión 21 de octubre de 2022 y el Protocolo del programa de Acreditación de la Dirección de Evaluación y Acreditación, (versión 1, del 21 de julio de 2022), establecidos por la Dirección de Evaluación y Acreditación (DEVA) de la Agencia Andaluza del Conocimiento (AAC).

La información pública del **Grado en Marketing e Investigación de Mercados** se estructura siguiendo las recomendaciones de la Agencia Andaluza del Conocimiento, tratando de satisfacer las demandas de

información de los diferentes grupos de interés, pero, a la vez, intentando que sea comprensible y de fácil acceso para el alumno.

En primer lugar, hay una pequeña introducción sobre las salidas profesionales del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, los datos de contacto con el coordinador del Grado.

A continuación, se encuentra toda la información, estructurada en dos grandes apartados: la planificación académica y la información pública del grado.

En la planificación académica y guía docente del curso vigente (<https://bit.ly/4ad9aBz>) se incluyen a su vez los siguientes apartados:

- Los exámenes, donde se encuentran las fechas de las distintas convocatorias del curso académico, los llamamientos especiales para los casos en que se produzca solapamiento de examen o enfermedad y la solicitud de evaluación global.
- El calendario académico de la Facultad.
- Los horarios de clase cuatrimestrales (plan antiguo con alumnos repetidores)
- Los horarios de clase cuatrimestrales (plan nuevo)
- Calendario semanal de clases y aulas.
- El itinerario curricular recomendado, en este caso se ha añadido el itinerario curricular recomendado para los alumnos de primer curso matriculados a partir del 20-21, adaptado a las modificaciones de la memoria.
- Las fichas de las asignaturas (su estructura, los requisitos previos y recomendaciones, la relación de competencias y resultados del aprendizaje, las actividades formativas, el sistema de evaluación, la descripción de los contenidos y la bibliografía. Se elaboran antes de cada curso académico por los profesores, son visadas por el coordinador del título y, finalmente, confirmadas por los directores de departamento después de su aprobación en los consejos de departamento. En los últimos cursos también se adjunta el plan de contingencia de las asignaturas, en el que se incluían las actividades formativas y los sistemas de evaluación en caso de docencia presencial, semipresencial y no presencial).
- La información relativa a los Trabajos de Fin de Grado (bibliografía básica, relación de profesores, adjudicación de temas y tutores de TFG, entre otros).
- La información relativa a las prácticas de Empresa (normativa, calendario, entidades colaboradoras y gestión).
- La información sobre movilidad nacional e internacional (normativa y convenios).
- Las guías docentes de otros cursos: información que se mantiene como archivo histórico.

Entre la información pública del grado (<https://bit.ly/4ad9aBz>) se incluyen la Información del Título, donde están las memorias verificadas del título, los autoinformes, el plan de mejora del grado, el procedimiento para la expedición del Suplemento Europeo al Título, normativa sobre los estudios, el sistema de apoyo e información para los estudiantes de nuevo ingreso, formación y evaluación del profesorado, sistema interno de calidad e información para empleadores, además se puede encontrar:

- Los datos de Identificación del Título.
- Información sobre el acceso al grado.
- La relación de competencias del Grado.

- La Planificación de la Enseñanza en el grado, con información sobre el plan de estudios, la guía docente, las prácticas externas, el TFG, la coordinación horizontal y vertical, movilidad nacional e internacional y los recursos materiales disponibles.
- Los resultados del Título, donde se encuentran los datos de las tasas de graduación, abandono, eficiencia, rendimiento, éxito, nuevo ingreso, nota media de ingreso, duración media de los estudios, satisfacción del alumnado con los estudios, con el TFG y con la movilidad.
- El Sistema interno de Garantía de Calidad con todos sus diferentes procedimientos.

El Sistema de Garantía de Calidad contempla la realización de una auditoría interna de la IPD en cada ciclo de acreditación del título con objeto de ajustar la información que se comunica a los grupos de interés con las directrices de ACCUA. Esta auditoría es realizada bajo la supervisión del Servicio de Gestión de la Calidad, aplicando determinados criterios para determinar la muestra de títulos a auditar: nueva implantación, renovación de la acreditación.

En cuanto a la difusión de la información en el curso 24-25, indicador P01. Anexo I de este autoinforme, queda patente que el grado de satisfacción del alumnado con la información publicada del Título (ISGC-P01-01) es del (3,44), levemente inferior a la del centro (3,5). Mientras que la satisfacción del PDI con la información publicada del título (ISGC-P01-02) es de (4,24), algo inferior a la del centro (4,29). El grado de satisfacción del PTGAS con la información publicada es del 3,67 (Ver Anexo 1)

#### **Puntos fuertes**

Curso 24-25: La satisfacción de los grupos de interés con la información pública disponible es alta.

## **2) SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE LA CALIDAD**

El Consejo de Gobierno de la Universidad de Cádiz aprobó el 28 de junio de 2021 la versión 3 del [Sistema de Garantía de Calidad de los Centros](#) y Títulos de la UCA, entrando en vigor el 1 de octubre del mismo año. Dicha versión ha sido revisada y actualizada, tras su primer año de implantación, obteniendo el visto bueno del Consejo de Calidad de la UCA el 23 de noviembre de 2022 y aprobada por Consejo de Gobierno en enero de 2023.

Este Sistema se compone de:

- Manual de Calidad
- 8 Procesos
- Protocolos/procedimientos propios de cada centro, como [informes de gestión](#) y [planes directores](#).

En el [Manual de Calidad](#) se identifican a los responsables dentro del Sistema y se relacionan las funciones que ostentan en el mismo. Los grupos de interés están identificados en el capítulo 3 articulándose su implicación en los propios procesos del Sistema, fundamentalmente a través de las distintas comisiones y órganos de decisión previstos y/o manifestando su opinión a través de los procesos de recogida de información sobre su satisfacción.

Los 8 procesos se estructuran en los siguientes apartados:

### 1) Objeto

- 2) Desarrollo
- 3) Seguimiento y medición (indicadores y evidencias). Las fichas técnicas de los indicadores se ubican en el Anexo II de cada proceso
- 4) Herramientas y formatos: desarrollados en el Anexo 1 de cada proceso
- 5) Cronograma/s: se desarrolla gráficamente el proceso a través de actuaciones con sus responsables, fechas de ejecución y, en su caso, registros o evidencias de las mismas.

En base al P02-Proceso para la revisión de la gestión de la calidad, la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación aprobó su Política de Calidad en sesión de Junta de Facultad del pasado 20/04/2022. Dicha Política de Calidad se encuentra alineada con la [Política de Calidad de la UCA](#).

La Comisión de Garantía de Calidad de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación está compuesta por:

- 1) El equipo decanal (decano, secretaria académica, y vicedecanos)
- 2) Los coordinadores de grado y de máster
- 3) La persona responsable de calidad del centro
- 4) La persona responsable de prácticas
- 5) Alumnado representante de cada grado y máster
- 6) Un miembro del PTGAS
- 7) Dos profesores con vinculación permanente
- 8) Un profesor sin vinculación permanente
- 9) Dos agentes externos

Esta Comisión cuenta con un [Reglamento de funcionamiento](#) y su gestión documental, se articula a través:

- [La web del título](#)
- El Sistema de Información de la UCA: informes de indicadores  
<<Se encuentra en la dirección <https://data.uca.es/lincebi/Login/>. Por razones de seguridad sólo se puede acceder a este nuevo sistema a través de VPN de la Universidad de Cádiz. Los evaluadores podrán solicitar acceso por VPN, poniéndose en contacto con el Servicio de Gestión de la Calidad de esta Universidad.>>
- [Espacio UCA drive del Centro](#) (Usuario: evccsocialcomunica; Contraseña: c202090): para toda aquella documentación cuyo contenido, por sus características, no sea posible o conveniente publicarla “en abierto”.

Hay que señalar que, dado que la Universidad de Cádiz está en proceso de solicitar en los próximos años la Acreditación Institucional de todos sus centros y, al mismo tiempo, debe continuar realizando el seguimiento y renovación de la acreditación de sus títulos (con sus nuevos protocolos de 2022), en estos momentos estamos en un período transitorio con respecto a la gestión de la documentación del sistema, combinado para el repositorio de las evidencias y registros las tres plataformas indicadas.

En el P03-Proceso de diseño, seguimiento y mejora de los programas formativos se define tanto la sistemática a seguir en el diseño, revisión y mejora del título como para la suspensión o extinción del mismo y se definen los mecanismos de coordinación de los títulos conjuntos o interuniversitarios. Todo ello respetando lo estipulado en el [Reglamento UCA/CG03/2020, de 18 de Febrero, para la Creación, modificación, suspensión, extinción y gestión de títulos oficiales en la Universidad de Cádiz](#).

El título cuenta con un Plan de Mejora actualizado a partir del análisis y revisión de la información recogida a través de los diferentes procesos del SGC, incluidos los procesos de evaluación externa (ACCUA). En cada una de las acciones de mejora se identifican los indicadores que midan las acciones, los responsables, el nivel de prioridad, la consecución y la temporalización.

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación hace un seguimiento continuo de los títulos a través de los procesos y procedimientos establecidos en el SGC que le permite detectar las fortalezas y debilidades de los mismos. A partir de ahí establece las oportunas acciones que son recogidas en el correspondiente Plan de Mejora y junto con las recomendaciones de seguimiento de ACCUA, son objeto de observación continua por parte de la CGC con el fin de mejorar la calidad de sus titulaciones. La CGC ha elaborado, supervisado y aprobado en su caso, todos los documentos requeridos por el Sistema de Garantía de Calidad; ha propuesto las modificaciones a la memoria inicial verificada, que después de los primeros años de implantación o tras la última renovación de la acreditación, ha creído convenientes para la mejora del propio título; ha hecho el seguimiento de los títulos, revisando, actualizando y mejorando el programa formativo; ha velado por el cumplimiento de los objetivos y ha valorado el grado de satisfacción de los grupos de interés con el título ([ACTAS](#)) y [planes de prevención](#).

(Usuario: evccsocialcomunica; Contraseña: c202090) (ruta: [SGC - FAC. DE CC. SS. Y DE LA COMUNICACIÓN ACTAS](#))

Prueba de todo ello son los autoinformes anuales de seguimiento, todos ellos realizados en forma y tiempo, y la atención a los informes de seguimiento de la ACCUA. Además, el Centro tiene establecidos unos objetivos de Calidad para el mismo del que se hace un seguimiento a través del [cuadro de mando](#) creado con este fin. Estos objetivos junto con otra información de interés son analizados en el Informe Anual de Gestión y Plan de Mejora del Centro del que se hace un seguimiento continuo permitiendo obtener una visión global de los títulos del Centro y es la base para la acreditación del SGC de la Facultad. Toda la información relativa al SGC del Centro y a su seguimiento está publicada en la web de la Facultad en <https://bit.ly/3rGhlfy>. Fruto de las acciones anteriormente señaladas podemos destacar:

El plan de promoción de las titulaciones del Centro: En el que se ha dado difusión de los títulos en redes sociales.

La modificación de los planes de estudios para adaptarlos a las demandas de estudiantes y profesionales.

Elaboración de un plan de Orientación profesional de Centro: Para abordar la orientación profesional de manera global y establecer la política a seguir por el Centro en este sentido.

Participación del Centro en el programa SEA-EU para incrementar la internacionalización de los títulos.

Con estas acciones se ha logrado superar algunas debilidades que habían sido detectadas y mejorar los resultados obtenidos para el título, entre otros, el aumento en el grado de satisfacción en algunos de los indicadores, fruto de las acciones de mejora emprendidas para ello, el incremento de profesorado, o los cambios introducidos en la web para atender a las recomendaciones recibidas que han conseguido elevar el grado de satisfacción de alumnado y profesorado. Todo ello ha permitido que el proyecto establecido en la memoria del título se haya cumplido en todos los aspectos académicos, docentes y organizativos de manera satisfactoria, como consta en la información recogida en el portal del título <https://url.uca.es/au7vw>.

Actualmente se encuentran implantados el 100% de los procedimientos del SGC. Estos procedimientos e indicadores contemplados en el SGC de los Títulos de la UCA, así como las herramientas y formatos utilizados para la obtención de los datos necesarios para el cálculo de los mismos, permiten realizar un adecuado seguimiento del desarrollo e implantación de los títulos en una situación de normalidad.

Hay que señalar que, dado que la Universidad de Cádiz está en proceso de solicitar en los próximos años la Acreditación Institucional de todos sus Centros y, al mismo tiempo, debe continuar realizando el seguimiento y renovación de la acreditación de sus títulos, en estos momentos estamos en un período transitorio con respecto a la gestión de la documentación del Sistema, combinado para el repositorio de las evidencias y registros el gestor documental antes indicado (que se muestra insuficiente como soporte de la certificación del Sistema -Programa Implanta-) y espacio UCA Drive.

El Grado en Marketing e Investigación de Mercados cuenta con un Plan de Mejora actualizado a partir del análisis y revisión de los resultados de los indicadores y las revisiones llevadas a cabo tras la *evaluación externa (ACCUA)*. Las propuestas de mejora, su seguimiento y su grado de consecución se reflejan cada curso en el Autoinforme que, de forma anual, se elabora por el Coordinador y se aprueba por la CGC. Del análisis de los Planes de Mejora y su evolución en el período a acreditar, se evidencia que las actividades propuestas realizadas han contribuido en la mejora del título.

#### Puntos fuertes

*El Sistema de Garantía de Calidad cuenta con herramientas y plataformas informativas (gestor documental, sistema de información de la UCA, plataforma de gestión de títulos, UCA Drive) que facilitan y agilizan su seguimiento.*

En cuanto a las recomendaciones del informe de renovación de la acreditación, así como las propuestas de mejora derivadas del proceso de seguimiento (informe de seguimiento) se han incorporado efectivamente a la planificación y desarrollo del título.

En el caso del título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados, se incluyen a continuación las recomendaciones del último informe de seguimiento de ACCUA, cuyo origen es la última Renovación de la Acreditación, así como las acciones de mejora planteadas para dar respuesta a esas recomendaciones

Enlace: <https://ws262.juntadeandalucia.es/accua/?id=informestitulos>

Fecha del informe ACCUA	Recomendaciones recibidas	Acciones de mejora para dar respuesta a estas recomendaciones
05/07/2023		
<b>Informe final para la renovación de la acreditación 2022-23</b>	<b>Recomendación nº 1:</b> Se debe publicar la información de las encuestas de satisfacción de los diferentes colectivos.	<b>Acción de mejora 1:</b> Se actualizará la información de la web del título siguiendo las indicaciones de la Guía de Renovación de la Acreditación de ACCUA para títulos de Grado y Máster prevista en el Criterio 1.  <a href="https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/MIM-Resultados-del-t%C3%ADtulo.pdf?u">https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/MIM-Resultados-del-t%C3%ADtulo.pdf?u</a>
<b>Informe final para la renovación de la acreditación 2022-23</b>	<b>Recomendación nº 2:</b> Se debe aplicar lo contemplado en el SIGC en cuanto a la recogida de la opinión de los empleadores.	<b>Acción de mejora 1:</b> Siguiendo nuestro SGC, P07 Proceso de medición de resultados, mantendremos reuniones cada año con los empleadores para recabar información sobre sus necesidades, expectativas y satisfacción.  <a href="https://www.uca.es/noticia/la-uca-avanza-con-la-asociacion-marketing-en-cadiz-en-la-creacion-del-aula-universitaria-de-marketing/">https://www.uca.es/noticia/la-uca-avanza-con-la-asociacion-marketing-en-cadiz-en-la-creacion-del-aula-universitaria-de-marketing/</a>

		<p><a href="https://www.uca.es/noticia/arranca-el-ciclo-de-conferencias-sobre-marketing-y-vino-en-la-facultad-de-ciencias-sociales-y-de-la-comunicacion/">https://www.uca.es/noticia/arranca-el-ciclo-de-conferencias-sobre-marketing-y-vino-en-la-facultad-de-ciencias-sociales-y-de-la-comunicacion/</a></p> <p><a href="https://lassalinassf.es/web/index.php/es/departamentos/formacion-profesional/comercio-y-marketing/438-festival-mama-hago-marketing">https://lassalinassf.es/web/index.php/es/departamentos/formacion-profesional/comercio-y-marketing/438-festival-mama-hago-marketing</a></p> <p><a href="https://ccsociales.uca.es/noticia/la-facultad-de-ciencias-sociales-y-de-la-comunicacion-celebra-las-jornadas-de-orientacion-profesional-del-10-al-19-de-noviembre/">https://ccsociales.uca.es/noticia/la-facultad-de-ciencias-sociales-y-de-la-comunicacion-celebra-las-jornadas-de-orientacion-profesional-del-10-al-19-de-noviembre/</a></p> <p><a href="https://url.uca.es/6AGNb">https://url.uca.es/6AGNb</a></p> <p>(Usuario: evccsocialcomunica; Contraseña: c202090)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SGC - FAC. DE CC. SS. Y DE LA COMUNICACIÓN <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 03 DISEÑO, SEGUIMIENTO Y MEJORA</li> <li>○ 02. SEGUIMIENTO</li> </ul> </li> <li>• <b>Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Histórico - RSGC P03_03 Autoinformes</b></li> <li>• Acta comisión de orientación profesional</li> </ul>
<p><b>Informe final para la renovación de la acreditación 2022-23</b></p>	<p><b>Recomendación nº 3:</b> Se recomienda continuar con los procesos de mejora de la coordinación docente con la finalidad de incrementar la valoración de la misma por parte del estudiantado</p>	<p><b>Acción de mejora 1:</b> Creación de un listado con las asignaturas en las que imparte docencia más de un docente, realizando un control activo de las mismas, a partir del contacto continuo con el profesorado y los delegados de curso.</p> <p><a href="#">Asignaturas con más de un profesor y fecha de reuniones.xlsx</a></p> <p>(Usuario: evccsocialcomunica; Contraseña: c202090)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Todos los archivos</li> <li>- SGC - FAC. DE CC. SS. Y DE LA COMUNICACIÓN</li> <li>- <b>03 DISEÑO, SEGUIMIENTO Y MEJORA</b></li> <li>- <b>02. SEGUIMIENTO</b></li> <li>- <b>Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Histórico - RSGC P03_03 Autoinformes</b></li> <li>- <b>Asignaturas con más de un profesor</b></li> </ul>

		<p><b>Acción de mejora 2:</b> Se mantienen las acciones de mejora propuestas durante los últimos cursos (las reuniones de coordinación con el profesorado, las reuniones con el alumnado y el cronograma con las actividades propuestas por las distintas asignaturas).</p> <p>(Usuario: evccsocialcomunica; Contraseña: c202090)</p> <p><a href="#">Calendario de actividades GMIM.xlsx"</a></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Todos los archivos</li> <li>- SGC - FAC. DE CC. SS. Y DE LA COMUNICACIÓN</li> <li>- <b>03 DISEÑO, SEGUIMIENTO Y MEJORA</b></li> <li>- <b>02. SEGUIMIENTO</b></li> <li>- <b>Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Histórico - RSGC P03_03 Autoinformes</b></li> <li>- <b>Asignaturas con más de un profesor</b></li> <li>- Calendario de actividades</li> </ul>
<p><b>Informe final para la renovación de la acreditación 2022-23</b></p>	<p><b>Recomendación nº 4:</b> Se deben adoptar medidas con la finalidad de mejorar la tasa de graduación.</p>	<p><b>Acción de mejora 1:</b> Creación de una nueva plataforma para la gestión de los TFG que simplifique los procesos</p> <p><a href="https://sherryccsociales.uca.es/tfg/">https://sherryccsociales.uca.es/tfg/</a></p> <p><b>Acción de mejora 2:</b> Modificación de la tipología de los trabajos fin de grado, para adaptarlo a la realidad del grado, que está más enfocado a la realidad profesional que al desarrollo de trabajos de investigación científica. De esta manera, se busca que el alumno puede enfocar el TFG desde una perspectiva profesional y más aplicado (TFG de tipo profesional: portfolio, un manual de identidad corporativa, el diseño y creación de una marca, una propuesta de una campaña a partir de un brief real o inventado, un plan de comunicación interna, externa, un plan estratégico, una auditoría de imagen o de comunicación, un spot, una campaña, un estudio de mercado, un plan de</p>

		<p>marketing digital, un plan de empresa, entre otros) o vinculando su TFG a la realización de las prácticas en empresa.</p> <p><a href="https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/TFG-Guia-Tipologias.pdf?u">https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/TFG-Guia-Tipologias.pdf?u</a></p> <p><a href="https://ccsociales.uca.es/trabajo-fin-de-grado-y-master/">https://ccsociales.uca.es/trabajo-fin-de-grado-y-master/</a></p>
<p><b>Informe final para la renovación de la acreditación 2022-23</b></p>	<p><b>Recomendación nº 5:</b> Se debe analizar la baja percepción del grado por parte de los egresados.</p>	<p><b>Acción de mejora 1:</b> Se llevará a cabo una encuesta entre los egresados para analizar en profundidad dicha percepción.</p> <p><a href="https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeTocFaOyCVIVLWpBM5CL1hKD7iAl6sHS9nYSHQOSKM-B_uw/viewform?usp=header">https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeTocFaOyCVIVLWpBM5CL1hKD7iAl6sHS9nYSHQOSKM-B_uw/viewform?usp=header</a></p> <p><a href="#">Resultados cuestionario</a></p>
<p><b>Informe final para la renovación de la acreditación 2022-23</b></p>	<p><b>Recomendación nº 6:</b> Se deben aportar datos de empleabilidad más fiables.</p>	<p><b>Acción de mejora 1:</b> Se enviarán correos electrónicos a los egresados/as previo a la aplicación de las encuestas enviadas por el Servicio de Gestión de la Calidad anualmente animando y fomentando la participación expresando su opinión sobre ítems contemplados en el cuestionario. <a href="#">Correo evidencia</a></p> <p>(Usuario: evccsocialcomunica; Contraseña: c202090)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Todos los archivos</li> <li>- SGC - FAC. DE CC. SS. Y DE LA COMUNICACIÓN</li> <li>- <b>03 DISEÑO, SEGUIMIENTO Y MEJORA</b></li> <li>- <b>02. SEGUIMIENTO</b></li> <li>- <b>Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Histórico - RSGC P03_03 Autoinformes</b></li> <li>- Correo alentando a participar en las encuestas.pdf</li> </ul> <p><b>Acción de mejora 2:</b> Se solicitará al Vicerrectorado de Títulos y Calidad la reducción del nº de preguntas de la encuesta para facilitar su cumplimentación a los egresados/as. (Actuación realizada).</p>

### 3) DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA FORMATIVO

3.1 El diseño del título está actualizado y se revisa periódicamente, incorporando, si procede, acciones de mejora.

El desarrollo del plan de estudios, conforme a la memoria verificada ([https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/GMIM-inf\\_titulo-Memoria-2024.pdf?u](https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/GMIM-inf_titulo-Memoria-2024.pdf?u)) es adecuado, coherente y no se han producido incidencias significativas, lo que ha permitido una correcta adquisición de las competencias por parte de los estudiantes. Este hecho se ve confirmado por los informes de seguimiento ([https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/MIM-inf\\_titulo-informe-de-verificacion.pdf?u](https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/MIM-inf_titulo-informe-de-verificacion.pdf?u)).

El diseño del título ha sufrido dos modificaciones, una primera en la que se amplió la optatividad del grado de cara a mejorar la oferta formativa de los estudiantes, integrando nuevas asignaturas que han incrementado la oferta de asignaturas optativas y, una modificación sustancial que se está implementando desde el curso 21-22. Esta modificación del itinerario curricular del grado requirió la modificación de la memoria. Específicamente los cambios en el itinerario curricular han supuesto el movimiento de una serie de asignaturas de cuatrimestre y curso. Estos cambios, buscan mejorar las tasas de abandono y graduación - como se puede ver en los planes de mejora del grado- comenzaron a implantarse en el curso 21-22 y finalizan este curso 24-25, curso en el que se implantará el cuarto curso del nuevo plan. La memoria actualizada con los cambios introducidos, así como dicho nuevo itinerario curricular se puede revisar en el enlace: <https://acortar.link/aTT8BH>

### **3.2 La modalidad de enseñanza (presencial, virtual (o no presencial) y/o híbrida (o semipresencial) se ajusta a lo establecido en la memoria del programa formativo.**

La modalidad de impartición del grado es presencial coincidiendo con lo previsto en la Memoria.

### **3.3. Los procesos de gestión e implantación de la normativa aplicable al título se desarrollan de manera adecuada y benefician al desarrollo del programa formativo, en particular lo referido a:**

Los procesos de reconocimiento de créditos y convalidaciones se aplican de manera ajustada a la normativa vigente y toman en consideración de manera adecuada la formación o experiencia previa del/de la solicitante, según lo indicado en el [Reglamento de reconocimiento y transferencia de créditos UCA/CG12/2010](#) y [Acuerdo del Consejo de Gobierno de 26 de marzo de 2019, por el que se aprueba la modificación del Reglamento UCA/CG12/2010, de 28 de junio de 2010, por el que se regula el Reconocimiento y Transferencia de créditos en las enseñanzas oficiales reguladas por el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre](#). En este sentido, existen a lo largo del curso cuestiones burocráticas que son atendidas y a las que se les da una respuesta de forma inmediata, como son los reconocimientos de créditos, el buzón de incidencias, reclamaciones y sugerencias, los trámites sobre movilidad de intercambio, etc. Junto con la mejora de los procesos de gestión del Título, ha habido un importante impulso al desarrollo de la Administración Electrónica por parte de la Universidad para atender procesos transversales y comunes UCA. De hecho, se ha realizado un gran avance dado que toda la planificación del curso académico se cierra antes de la matriculación de dicho curso, siendo información pública y disponible para su consulta a través de la página web de la Facultad antes del periodo de matriculación. Así mismo, los estudiantes tienen que superar cada curso académico un número de créditos para poder continuar sus estudios. Esto se describe en la [web de la oficina del estudiante](#), en el [Reglamento por el que se establecen las normas de Progreso y Permanencia para los estudios oficiales de Grado en la Universidad de Cádiz](#) y en el [Reglamento por el que se establecen las Normas de Progreso y Permanencia para los estudios oficiales de Máster en la Universidad de Cádiz](#).

La implantación y desarrollo del título también ha requerido la elaboración de los siguientes reglamentos y normas:

- A. Manual de Prácticas Curriculares de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (<https://ccsociales.uca.es/practicas-en-empresa/>). Este Manual tiene como objetivo servir de guía para orientar a estudiantes, empresas y tutores en las actividades que tienen que realizar desde el momento en que se oferta una plaza de prácticas hasta que se produce la evaluación final del estudiante.
- B. Plan de movilidad de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (<https://bit.ly/3w1Fg0Y>). El objetivo principal de este Plan de Movilidad es implementar una serie de medidas y actuaciones que nos permitan incrementar la movilidad en nuestro centro. Estas actuaciones van a afectar tanto a los estudiantes salientes como a los entrantes.
- C. Reglamento de la Comisión de Garantía de Calidad. Dentro de la web de la facultad, en el apartado de calidad, hay un subapartado denominado: Comisión de Garantía de Calidad, en él se puede encontrar el Reglamento de la Comisión de Garantía de Calidad ([Comisión de Garantía de Calidad – Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación uca.es](https://comisiondegarantia.uca.es)). Este reglamento establece las normas de funcionamiento de la CGC, así como su composición y sus funciones.
- D. Criterios de valoración de Aprobado por Compensación (<https://bit.ly/3wNRkLl>). Establece el procedimiento excepcional de evaluación para los alumnos que les permite la obtención del título correspondiente aunque no hayan superado separadamente la evaluación de totalidad de las enseñanzas previstas en la ordenación académica de título.
- E. Manual para la realización de los Trabajos Fin de Grado (<https://bit.ly/3yzjLXj>). El objetivo de este manual es establecer unas normas generales para la organización, realización y evaluación de Trabajos de Fin de Grado (TFG) vinculados a los planes de estudios oficiales vigentes en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Durante el curso 22-23 se creó una plataforma que permite gestionar los TFG (<https://sherryccsociales.uca.es/tfg/admin/profesor?menuIndex=6&submenuIndex=-1>) la que tienen acceso alumnos matriculados, tutores y miembros del tribunal evaluador.

Inicio Profesor

Convocatoria TFG. Curso 2024/2025

Convocatoría Curso [2024/2025](#)

Grado en Gestión y Administración Pública. Grado en Turismo. Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Doble Grado en Marketing e Investigación de Mercados y Turismo. Doble Grado en Marketing e Investigación de Mercados y Publicidad. Doble Grado en Publicidad y turismo

#	Diciembre	Febrero	Junio	Septiembre
<b>Entrega de la versión definitiva del TFG al tutor</b>	Hasta el 14 de noviembre de 2024	Hasta el 22 de enero de 2025	Hasta el 28 de mayo de 2025	Hasta el 28 de julio de 2025
<b>Subida del TFG en fichero PDF a la plataforma</b>	Hasta el 30 de noviembre de 2024	Hasta el 7 de febrero de 2025	Hasta el 13 de junio de 2025	Hasta el 2 de septiembre de 2025
<b>Designación de la composición de los tribunales TFG y de los alumnos a evaluar.</b>	Hasta el 5 de diciembre de 2024	Hasta el 12 de febrero de 2025	Hasta el 18 de junio de 2025	Hasta el 7 de septiembre de 2025
<b>Evaluación por parte del Tutor/a de la rubrica del TFG</b>	Hasta el 8 de diciembre de 2024	Hasta el 15 de febrero de 2025	Hasta el 21 de junio de 2025	Hasta el 10 de septiembre de 2025
<b>Celebración de los tribunales evaluadores – El/la alumno/a defiende el TFG y es calificado por el tribunal evaluador</b>	Desde el 10 de diciembre de 2024 hasta el 20 de diciembre de 2024	Desde el 17 de febrero de 2025 hasta el 4 de marzo de 2025	Desde el 23 de junio de 2025 hasta el 8 de julio de 2025	Desde el 12 de septiembre de 2025 hasta el 24 de septiembre de 2025

Imagen 1. Interfaz de la plataforma de gestión de TFGs para profesores

La asignación de profesorado viene regulada por el reglamento marco [UCA/CG07/2012](#) y las normas de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación para la organización, realización y evaluación de trabajos de fin de Grado (<https://bit.ly/3yzjLXj>). El tutor académico es designado por la Comisión de los Trabajos de

Fin de Grado de entre los profesores pertenecientes a los departamentos con docencia en el plan de estudios del título, atendiendo, en la medida de lo posible, a las preferencias expresadas por el profesor que solicite el ejercicio de la tutela y en su caso a las del alumno que así lo solicite con refrendo del profesor. En cualquier caso, la Comisión procura asumir las propuestas de designación comunicadas por los departamentos a los que pertenecen los citados profesores. Debido al carácter multidisciplinar del grado, el TFG puede ser dirigido por un profesor perteneciente a un departamento con docencia en el plan de estudios del título. El proceso de elección de TFG se divide en dos fases. En una primera fase (llamada de asignación directa), los alumnos deciden la temática de su TFG y ellos mismos, proponen a un profesor con conocimientos acordes a la temática, tras esto, el profesor tiene que aceptar la propuesta a través de la plataforma. En la segunda fase, (llamada asignación indirecta), se asigna un tutor al alumnado que no ha encontrado o buscado. La designación de los tutores disponibles en este caso, se realiza, siguiendo un criterio de proporcionalidad por departamento. Es decir, en función del porcentaje de créditos asignados en el plan de estudios del título a los distintos departamentos, se asigna un número determinado de TFG a cada departamento. La Comisión de TFG aprobará y hará público, mediante la publicación en el Campus Virtual de la asignatura, el listado con los temas ofertados, para que los estudiantes manifiesten su preferencia para realizar el trabajo de fin de grado. El reglamento marco también contempla propuestas de trabajos con perfil profesional que podrán formularlas otros expertos y profesionales externos vinculados con la titulación. En este supuesto, en que el trabajo se realice en el marco de un convenio de colaboración para la realización de prácticas externas con una empresa o cualquier otra institución, pública o privada, será necesaria la designación de dos tutores, debiendo pertenecer uno de ellos a la empresa o a las instituciones indicadas. En todos los casos, el procedimiento que se sigue es que dicha Comisión hace pública en la página web del título la adjudicación provisional del tutor y del TFG/TFM a cada estudiante del Grado, posteriormente se abre un plazo de tres semanas para la presentación de reclamaciones o peticiones de subsanación y posteriormente se publica la adjudicación definitiva.

### **3.4 Los criterios de admisión, el perfil del estudiante de ingreso y número de plazas son adecuadas y se ajustan a lo establecido en la memoria del programa formativo.**

El número de estudiantes de nuevo ingreso se corresponde con lo establecido en la Memoria verificada. El perfil del estudiante de ingreso del título (<https://perfil-de-ingreso-grado-en-mim/>) y los criterios de acceso y admisión (<https://criterios-de-acceso.uca.es> - (Real Decreto 534/2024)) los cuales son coherentes con la tipología de la titulación de referencia, se ajustan a la tipología de la titulación y no generan disfuncionalidades en el desarrollo de la misma, y garantizan la adquisición de las competencias establecidas por el Título. Asimismo, contamos con información previa a la matriculación (<http://informaciónprevia.uca.es>), información dirigida a estudiantes de nuevo ingreso (<http://estudiantes-de-nuevo-ingreso.uca.es>) e información sobre apoyo y orientación para los estudiantes una vez matriculados (<http://información-para-alumnado-matriculado.uca.es>).

Si atendemos a los indicadores para los títulos de grado de los últimos años, podemos observar que el número de estudiantes de nuevo ingreso se corresponde con lo establecido en la Memoria verificada. El perfil del estudiante de ingreso y los criterios de admisión se ajustan a la tipología de la titulación y no generan disfuncionalidades en el desarrollo de la misma.

El perfil de acceso como las eventuales pruebas de admisión son públicos y adecuados a la tipología de la titulación.

Los criterios de admisión son coherentes con la tipología de la titulación de referencia y tanto aquellos como el propio perfil de ingreso han de resultar adecuados con la finalidad de garantizar la adquisición de las competencias establecidas por el Título.

En cuanto al perfil del alumnado que se matricula en el grado, el 52% son mujeres y el 48% restante hombres. Destaca un mayor número de alumnado español que accede al Grado en Marketing e Investigación de Mercados a través de las pruebas de acceso a la universidad EVAU y PAU que, por lo general, proviene del Bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales. Otras vías de acceso comunes son la Posesión de los títulos de Técnico Superior correspondientes a las enseñanzas de Formación Profesional y Enseñanzas Artísticas o de Técnico Deportivo Superior correspondientes a las enseñanzas Deportivas, o títulos equivalentes. En menor medida, se encuentran aquellos que acceden a través de pruebas de acceso de Mayores de 25.

Los alumnos de primer año se agrupan en grupo de mañanas y grupo de tarde. Al ser grupos numerosos, las asignaturas de este primer año suelen tener un grupo teórico de mañanas y otro de tarde. Además, cada grupo teórico, se suele dividir en al menos dos grupos prácticos (Ver tabla 1).

Tabla 1. Horario alumnos 1º GMIM

GRUPO MAÑ. 1º SEMESTRE	1º CURSO MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS				
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
9:00 a 10:30	IMK (T)©	IEE (T/P1,P2)© 79		M (T)1©,2	DE I(T)©
10:30 a 12:00	IEE (T /P1,P2)©	M (Info P3)	IMK (T/P1)© 80	EC (T)©	EC (T/P1)©
12:00 a 13:30	DE I (T)©	M (T1,©T2/Info1©Info2)	IMK (P2)/ 80	M(Info P4, Info P5)	EC (P2)
13:30 a 15:00					

ASIGNATURA	Nº de alumnos
INTRODUCCIÓN AL MARKETING (IMK)	162
MATEMÁTICAS (M)	205
ECONOMÍA (EC)	279
INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE EMPRESA (IEE)	175
DERECHO EMPRESARIAL I (DE I)	191

Para ampliar la información, sobre grupos y divisiones posteriores (subgrupos de prácticas, seminarios, etc.) puede consultar la página de horarios del grado, disponible en:

<https://docs.google.com/document/d/11vu5hxFMcCRkoEOo-ZEX2HH8dk0YddBz/edit>

La tasa de adecuación, ocupación y preferencia del título para el año 24-25 son indicadores que se pueden ver en el anexo 1. La tasa de adecuación (ISGC-P04-16) del título (matriculados de nuevo ingreso por preinscripciones realizadas en primera opción) ha disminuido hasta un 42,98%, la tasa de ocupación (matriculados de nuevo ingreso por preinscripción con relación a la oferta) (ISGC-P04-17) está en el 91,2% y la tasa de preferencia (ISGC-P04-18) del título (preinscripciones en primera opción sobre plazas ofertadas) ha disminuido hasta el 51,2%. Mientras que la tasa de renovación del título (ISGC-P04-19), se ha reducido hasta el 23,77%.

### 3.5 La coordinación docente permite la adecuada planificación del programa formativo asegurando que los resultados de aprendizaje son asumidos por el estudiantado.

Tal y como figura en la Memoria verificada del título, la coordinación docente es imprescindible para asegurar el correcto desarrollo del Plan de Estudios, cuyo objetivo es garantizar tanto una adecuada asignación de carga de trabajo al estudiante como una adecuada planificación temporal.

La coordinación se lleva a cabo a través de reuniones periódicas entre los profesores del grado y su coordinador con el objetivo de fomentar la coordinación entre las distintas asignaturas y la puesta en común de temas de interés ([ver actas](#)).

(Usuario: evccsocialcomunica; Contraseña: c202090)

- Todos los archivos
- SGC - FAC. DE CC. SS. Y DE LA COMUNICACIÓN
- **03 DISEÑO, SEGUIMIENTO Y MEJORA**
- **02. SEGUIMIENTO**
- **Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Histórico - RSGC P03\_03 Autoinformes**
- **Coordinación profesorado**
- Actas de primer y segundo cuatrimestre.

Durante el curso se realizan reuniones de coordinación con el profesorado que imparte docencia en el Grado al comienzo de cada uno de semestres: el Coordinador del Grado y el profesorado evalúan el desarrollo de la docencia del curso o semestre anterior, según corresponda, así como el desarrollo y tutela de las prácticas en empresas y TFG, así mismo se informa de las novedades del curso o semestre que comienza. Otro de los objetivos de estas reuniones de coordinación es poner en común con el profesorado la información relacionada con la implantación del título y recabar información sobre posibles problemas o propuestas de mejora que requieran actuaciones coordinadas.

Por otro lado, se realizan reuniones de coordinación periódicas entre los Coordinadores de los distintos grados que se imparten en la facultad, el Vicedecanato de Ordenación Académica y Calidad, el Vicedecanato de Estudiantes, Cultura, Participación y Empleabilidad, el Vicedecanato de Investigación, la Secretaría Académica y el Decano para programar y diseñar las actividades de interés conjunto.

La coordinación de asignaturas la llevan a cabo los profesores de las mismas bajo la responsabilidad de los departamentos a los que pertenecen y el resultado de la misma queda plasmado en la ficha 1b que es revisada tanto por el Departamento como por el coordinador del grado, que vela por que se cumpla con lo establecido en la memoria a final de cada curso académico. Se supervisa la adecuación de los contenidos y competencias, las actividades formativas, así como los sistemas de evaluación de todas las asignaturas para posteriormente validar todas las fichas para que puedan hacerse públicas.

El Vicedecano de Ordenación Académica presenta a la Comisión de Garantía de Calidad y a la Junta de Facultad una propuesta de distribución horaria de las actividades teóricas y prácticas de las distintas materias y asignaturas, así como de calendario de exámenes.

Para la resolución de incidencias docentes, el Vicedecano de Ordenación Académica y el Coordinador del Grado atienden y resuelven, dentro del ámbito de las competencias que les han sido asignadas, cualquier tipo de incidencia, reclamación o sugerencia provenientes tanto del profesorado como del alumnado, relacionadas con la coordinación docente del Grado. La Comisión de Garantía de Calidad desarrolla una constante labor de análisis y seguimiento de la implantación del título, dirigida a detectar los puntos débiles y problemas relacionados con el desarrollo y coordinación del programa formativo, que posibilita la adopción inmediata de medidas destinadas a su resolución.

Existen distintas comisiones académicas, cuyas competencias se pasan a enumerar.

- A. Las COMISIONES DE ORDENACIÓN ACADÉMICA DE LOS DEPARTAMENTOS, cuyas competencias son:
- Coordinar las actividades formativas de los distintos grupos de una misma asignatura.

- Coordinar las actividades formativas de las distintas asignaturas de una misma materia.
  - Evitar solapamientos de contenidos entre las distintas asignaturas de una misma materia.
  - Resolver cualquier incidencia que se produzca en la docencia de una misma materia.
  - Sugerir las actividades formativas previas de otras materias necesarias para la docencia de las materias propias.
- B. EL COORDINADOR DEL GRADO, cuyas competencias son:
- Realizar la coordinación horizontal y vertical del Grado
  - Evitar solapamientos de contenido entre los distintos módulos o materias.
  - Coordinar las actividades formativas de las distintas materias y revisar las programaciones docentes.
  - Planificar las actividades formativas de las distintas materias para evitar la sobrecarga del alumnado.
  - Velar por el cumplimiento de las programaciones contenidas en las guías docentes.
  - Resolver cualquier incidencia que se produzca en la docencia del Grado.
  - Cualquier otra competencia que le sea asignada por la Junta de Facultad.
- C. LA COMISIÓN DE TRABAJO FIN DE GRADO, cuyas competencias son:
- Gestionar y tutelar el proceso referido a los trabajos de Fin de Grado resolviendo las incidencias que puedan plantearse.
  - Recabar de los departamentos y, en su caso, de otros colaboradores externos y de los alumnos, la relación de los temas que puedan constituir objeto de los trabajos de Fin de Grado
  - Proponer a la junta de centro el procedimiento de asignación de los estudiantes y de los tutores a los trabajos.
  - Garantizar la homogeneidad de las exigencias y criterios que fijen las distintas comisiones evaluadoras para la exposición y la evaluación de los trabajos.
- D. COORDINACIÓN HORIZONTAL ENTRE LOS COORDINADORES DE GRADO de los diferentes títulos de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, bajo la dirección del Vicedecanato de Ordenación Académica, al objeto de:
- Coordinación de dobles titulaciones y perfiles multidisciplinares.
  - Coordinación de recursos, horarios e infraestructuras.
- E. LA COMISIÓN DE GARANTÍA DE CALIDAD de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación como responsable del seguimiento, revisión y la toma de decisiones de mejora del plan de estudios.

Las prácticas externas curriculares se han desarrollado según lo establecido en la memoria de verificación. Se trata de dos asignaturas, una optativa de 4º curso, de 12 créditos. La Universidad de Cádiz dispone del Reglamento UCA/CG08/2012 de prácticas externas de los alumnos aprobado por Consejo de Gobierno el día [13 de julio de 2012, modificado el 3 de julio de 2015 BOUCA 190 de 2015, 19/10/Modificacion-Reglamento-Practicas BOUCA190-2-1.pdf](#). Su Artículo 16º: Tutorías y requisitos para ejercerlas, y los Artículos 29 y 30 sobre derechos y obligaciones del tutor académico, son el marco que regula el perfil de profesorado que supervisa las prácticas externas en base a las áreas específicas en que está especializado dicho profesor/a y la asignación del alumnado por curso académico. Las prácticas curriculares del centro son gestionadas por el coordinador de prácticas, que, junto con los coordinadores de grado, velan por la correcta y satisfactoria evolución de las mismas. Todos los cursos se realizan dos sesiones informativas de carácter general para que los estudiantes puedan gestionar sus prácticas y dispongan de toda la información necesaria. Los estudiantes disponen de una amplia oferta de prácticas, para que puedan seleccionarlas según sus preferencias y disponibilidad. A comienzo y a mediados de curso, se abre la oferta para que los estudiantes que lo deseen puedan hacer la elección de las mismas, existiendo dos turnos de asignación, octubre y febrero. Ello no implica que aquellos que no hayan acudido a alguna de estas dos convocatorias puedan hacer las prácticas, dado que se le puede asignar en cualquier momento. Junto a la empresa se le asigna un tutor académico

conforme a la normativa de prácticas, que velará por el cumplimiento del proyecto formativo, y un tutor profesional. Toda la información sobre las prácticas se encuentra en la web del grado. Dichas prácticas se gestionan a través de una plataforma GADES y mediante el campus virtual. Cada estudiante tiene asignado tanto un tutor académico como uno profesional en la empresa. El número de alumnos que realizó sus prácticas curriculares en el grado de Marketing e Investigación de Mercados en los últimos cursos académicos es de 57 en el curso 21-22 y 51 en el curso 22- 23, 59 en 23-24 y 56 en el último curso. Los alumnos restantes optaron por prácticas extracurriculares o bien decidieron no hacer las prácticas en este curso.

El grado de satisfacción del alumnado con la coordinación docente en el curso 24-25 (ISGC-P04-10) no es demasiado elevado, un 2.98. Es por ello que se mantienen las acciones de mejora que se han llevado a cabo hasta ahora (las reuniones de coordinación con el profesorado, las reuniones con el alumnado y el cronograma con las actividades propuestas por las distintas asignaturas) (ver anexo 1).

### 3.6 Implantación de los títulos con estructuras específicas y de innovación docente, tales como:

#### *Dobles títulos:*

- *La normativa específica aprobada por la Universidad que regula las dobles titulaciones es el Reglamento UCA/CG03/2020, de 18 de febrero, para la creación, modificación, suspensión, extinción y gestión de títulos oficiales en la Universidad de Cádiz, que dedica su Título III a la PROPUESTA, APROBACIÓN Y MODIFICACIÓN DE MEMORIAS PARA LA COMPATIBILIZACIÓN DE PLANES DE ESTUDIO PARA LA OBTENCIÓN DE DOS TÍTULOS DE GRADO.*
- Las titulaciones que están implicadas con el Grado en Marketing e Investigación de Mercados, cómo Turismo (TUR) y Publicidad y Relaciones Públicas (RRPP) y las asignaturas de estas se incluyen aquí ([Doble grado MIM y TUR](#); [Doble grado MIM y RRPP](#))
- *Propuesta formativa diseñada que se oferta, acorde con lo propuesto en el art. 24 del RD (22/20219)*
- El doble grado de MIM y TUR ofrece al mercado laboral profesionales formados no sólo en la realidad actual del sector turístico, sino expertos en análisis de datos capaces de predecir el comportamiento del mercado empresarial y de turistas. El conocimiento multidisciplinar del alumnado que cursa estos estudios, otorga un perfil único orientado a la nueva realidad digital en la que hoy día se desarrolla la actividad turística. El conocimiento de las herramientas turísticas de viajes, su análisis y uso, configuran al alumnado con capacidad para desarrollar una amplia variedad de tareas en el seno de las empresas. Al contar con una formación especializada el alumno podrá acceder a puestos de trabajos muy específicos y cada vez más en auge en el ámbito turístico, relacionados con el desarrollo de productos turísticos, gestión de nuevos canales de distribución turística, diseño de campañas de comunicación turística, dirección de agencia turística o cadena hotelera, entre otras.
- El doble grado de MIM y PUP está preparado para combinar habilidades de marketing estratégico con creatividad y conocimiento de publicidad para ser un profesional versátil en el campo de la comunicación y la comercialización. Pueden trabajar en agencias de publicidad, departamentos de marketing de empresas, medios de comunicación, relaciones públicas y muchas otras áreas relacionadas. Sus conocimientos incluyen la segmentación de mercado, el posicionamiento de marca, la investigación de mercado, la estrategia de producto, precio, distribución y promoción. Además, poseen las habilidades necesarias para gestionar eficientemente diferentes canales de comunicación y medios, desde la publicidad en línea hasta la publicidad tradicional, y saben cómo elegir el medio adecuado para alcanzar los objetivos de una campaña.

**Títulos conjuntos:**

- *El protocolo de coordinación está previsto en el P03 del SGC:*
  - o *La coordinación de los títulos de Grado y títulos de Máster interuniversitarios, y de aquellas colaboraciones previstas en la memoria de verificación, será responsabilidad de la Coordinación del título en la UCA para lo que se fijará un mínimo de una reunión anual. Estas reuniones se llevarán a cabo dejando constancia del orden del día y de los acuerdos adoptados y, en ellas se tratarán las actividades que sean necesarias desarrollar para asegurar la adecuada coordinación del título. En dichas reuniones se pondrán en común los datos de seguimiento del programa, así como las medidas a adoptar para su mejora. Asimismo, se analizarán las cuestiones fundamentales para la coordinación del programa en las universidades participantes y los puntos fuertes y débiles serán puestos de manifiesto en el plan anual de mejoras del título. La Coordinación en la UCA velará por que la información aportada sea completa y actualizada en las páginas web de todas las universidades participantes en el programa, así como que se vaya realizando el análisis adecuado para el seguimiento del programa, memoria y sistema de garantía en la parte correspondiente a cada una de dichas universidades. El Servicio de Gestión de la Calidad de la Universidad de Cádiz solicita anualmente a los Servicios de Calidad del resto de universidades participantes los datos de los indicadores de sus títulos interuniversitarios, para poder analizar los datos suministrados que evidencien la calidad del título ofrecido.*

#### **4) PROFESORADO**

##### **4.1 El personal académico reúne el nivel de cualificación y experiencia (docente e investigadora) adecuado y se corresponde con el comprometido en la memoria del programa formativo.**

El personal académico de la Universidad se distribuye por áreas de conocimiento y departamentos, permitiendo que la Universidad imparta el título objeto de evaluación con el profesorado que presenta el perfil idóneo para las materias que se imparten en el título, de acuerdo con su experiencia docente e investigadora en el área o áreas de conocimiento necesarias. En la memoria de verificación del título se presentó todo el personal académico disponible en los departamentos de la Universidad con docencia en el título.

Así, para impartir el título, se cuenta con profesores de la Universidad de Cádiz de diferentes áreas de conocimiento que pertenecen a 11 departamentos, que se muestran junto con los créditos impartidos (Apartado 6 Anexo 1 de la memoria del título <https://url.uca.es/BLPSQ>). Dcho. del Trabajo y Seg. Social (6); Derecho Mercantil (12); Derecho Privado (6); Economía Financiera y Contabilidad (12); Economía General (48); Estadística e Investigación Operativa (18); Filología Francesa e Inglesa (6); Ingeniería Informática (6); Marketing y Comunicación (90); Matemáticas (6); Organización de Empresas (24); Psicología (6).

Anualmente, antes del inicio del curso académico, el Vicerrectorado de Profesorado determina la capacidad inicial y final de cada una de las áreas de conocimiento, y garantiza que cada una de las áreas y departamentos cuenten con el personal suficiente para cubrir la totalidad de la docencia asignada, estimando las necesidades de plantilla para el curso académico siguiente. El procedimiento a seguir tras determinar las necesidades de plantilla viene dispuesto en la instrucción anual, emitida por este Vicerrectorado (<http://gabordenacion.uca.es>) para elaborar y coordinar los Planes de Ordenación Docente de Centros y Departamentos, cada curso académico. Con carácter general, para el estudio y solución de necesidades

sobrevenidas, los Departamentos hacen uso de la aplicación GOA, plataforma del Servicio de Organización Académica y Planificación Plantillas PDI.

Entre los profesores que imparten docencia en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados y en los dobles grados, puede comprobarse que, el 77,27% de los docentes son doctores con una amplia experiencia docente e investigadora, como demuestra el elevado número de quinquenios (147) y sexenios de investigación (41) en su haber, por lo que se considera que el profesorado implicado en el título es el adecuado.

A continuación, se puede consultar la tabla con el personal docente que imparte docencia en el título:

#### ANEXO II:

- 1) Tabla Personal para impartir el título (último año impartido).

#### **4.2 El personal académico implicado en el título es suficiente y su grado de dedicación es adecuado para llevar a cabo el programa formativo propuesto en relación al número del alumnado.**

En cuanto al grado de dedicación del profesorado en el año 2024/2025, son los profesores sustitutos interinos (34,85%), los titulares de universidad (25,76%), ayudantes doctores (13,64), contratado doctor (7,58%) y catedráticos y titulares de escuela (4,55%), los que dedican más créditos al Grado en Marketing e Investigación de Mercados, en comparación con otros grados (ver anexo 1).

#### ANEXO II:

- 1) Tabla Personal para impartir el título (último año impartido).

#### **4.3 La actividad docente del personal académico es objeto de evaluación, teniendo en cuenta las características del programa formativo, de manera que se asegure que el proceso de aprendizaje se desarrolle de una manera adecuada.**

*La Universidad de Cádiz, a través del Vicerrectorado competente, pone a disposición del profesorado oportunidades y mecanismos para continuar su formación y actualización en herramientas para la mejora de la docencia, investigación y gestión universitaria (<https://udinovacion.uca.es/>).*

*Anualmente, tras consulta y petición a los grupos de interés se diseña un catálogo de acciones formativas para el profesorado. (<http://udinovacion.uca.es>).*

*Además, existen convocatorias para potenciar la innovación y mejora docente en el marco de las asignaturas con objeto de mejorar continuamente la manera de enseñar y la manera de aprender en la Universidad de Cádiz. Estas convocatorias son las siguientes (<http://udinovacion.uca.es>):*

- Convocatorias de Proyectos de Innovación y Mejora Docente.
- Convocatoria de Actuaciones Avaladas para la Mejora Docente.
- Convocatoria de Actuaciones Avaladas para la Formación del Profesorado.
- Convocatoria de Ayudas para la Difusión de Resultados de Innovación Docente.

*La formación del profesorado y su participación en proyectos de innovación docente se considera un aspecto clave en el proceso de mejora del título. Desde este enfoque, el seguimiento y evaluación de la actividad docente se articula a través de los siguientes procedimientos del Sistema de Garantía de Calidad:*

- [P05 Proceso de gestión del personal académico](#), éste permite estudiar el rendimiento del título en esta materia, incluyendo la satisfacción del alumnado con la docencia recibida.
- [P04 Proceso de gestión de los procesos de enseñanza-aprendizaje](#), en éste se evalúan indicadores de percepción, la coordinación docente.

La Universidad de Cádiz, de acuerdo con el artículo 127.1 de los Estatutos que establece que “todo Profesor será objeto de evaluación ordinaria, al menos cada cinco años y cuando así lo solicite expresamente”, a través del Vicerrectorado competente en materia de profesorado, elabora y hace público un informe global de cada convocatoria del procedimiento de evaluación de la actividad docente DOCENTIA, certificado en su diseño por ANECA: (<http://docentia.uca.es/>).

La participación del profesorado en acciones formativas en 2024/2025, sigue siendo alta, con tasas de participación superiores al 42%, y es ligeramente superior a la del centro. Lo mismo ocurre con la participación del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente (ISGC-P05-03), que mantiene un dato positivo (54,55%). El porcentaje de profesores que ha participado en el programa de evaluación de la actividad docente (ISGC-P05-05), se mantiene respecto año anterior (28,79%). Por último, en referencia las calificaciones de la evaluación docente, el 36,84% de los profesores del grado alcanza puntuaciones excelentes (ISGC-P05-06), mientras que un 63,16%, son favorables (ISGC-P05-07) (ver anexo 1).

#### 4.4 Disponibilidad de criterios de selección y asignación de TFM o TFG.

En cuanto a la oferta de TFGs, debido al carácter multidisciplinar del grado, el TFG deberá ser dirigido por un profesor perteneciente a un departamento con docencia en el plan de estudios del título. El proceso de elección de TFG (disponible aquí: <https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/manual-realizacion-y-asignacion-tfg.pdf?u>) se divide en dos fases. En una primera fase, llamada de asignación directa, los alumnos deciden la temática de su TFG y ellos mismos lo proponen a un profesor con conocimientos acordes a la temática y el profesor tiene que aceptar la propuesta a través de la plataforma <https://sherryccsociales.uca.es/tfg/admin/profesor?menuIndex=6&submenuIndex=-1>. Para el resto de los alumnos, siguiendo un criterio de proporcionalidad de acuerdo a los créditos asignados en el plan de estudios del título a cada departamento con carga docente en cada título. Es decir, cada departamento debe presentar los temas o líneas temáticas cuya dirección propongan, así como los profesores encargados de su dirección y el número de trabajos a tutelar por cada uno de ellos. La Comisión de los TFG aprobará y hará público, mediante la publicación en el Campus Virtual de la asignatura, el listado con los temas ofertados, para que los estudiantes manifiesten su preferencia para realizar el trabajo de fin de grado. A la vista de los datos, el perfil y cualificación del profesorado, tanto desde el punto de vista docente como investigador, que participa en la dirección de TFGs y prácticas se considera adecuado.

El grado de satisfacción de los alumnos con el TFG en 2024/2025 (ISGC-P04-11) es de 2,57 (ver anexo 1). Desde nuestra Facultad, cada año se implementan distintas medidas para intentar aumentar la satisfacción de los alumnos. Por un lado, se está fomentado e insistiendo al alumnado para que opten por la asignación directa, vía a partir de la cual son ellos los que eligen tanto el tema como el tutor, de tal manera que su trabajo sea más llevadero ya que son ellos los que deciden sobre qué temática realizar su proyecto y, también, con qué profesor quieren trabajar. Con la creación de la nueva plataforma para gestionar los TFGs, se pide a principio de curso a los profesores que actualicen sus líneas de investigación, para que así los alumnos puedan elegir la temática que más le interesa. Con este tipo de medidas se busca mejorar la tasa de satisfacción de los

estudiantes e, igualmente, la del profesorado, pues en este segundo caso, se encontrarán con alumnos más motivados y con los que pueden tener mayor afinidad.

Se siguen realizando reuniones tanto a final de curso con los de alumnos de 3º como a principio de curso con los de 4º curso para informar sobre el TFG, tanto desde el punto de vista del procedimiento (la plataforma) como desde el punto de vista del trabajo propiamente dicho y se mantiene con ellos una atención personalizada, resolviendo dudas mediante el correo electrónico de los coordinadores de los grados como a través del correo creado para este fin, [tfg.fcsc@uca.es](mailto:tfg.fcsc@uca.es). En este sentido, se ha creado la figura del coordinador de TFG, que se encarga de la gestión de la plataforma y de resolver las dudas que le pueden surgir a los alumnos referidas a cualquier fase del proceso de realización de TFG (asignación, defensa...).

#### **4.5 En su caso, adecuación del perfil del profesorado que supervisa las prácticas externas y sus funciones.**

Tal y como puede observarse en el ANEXO III, el profesorado que supervisa las prácticas externas o profesionales posee un perfil adecuado al ejercicio de las mismas y sus tareas están bien definidas en relación a la tutela, supervisión, seguimiento y elaboración de la memoria final.

Las funciones del coordinador académico son:

1. Velar por el normal desarrollo del Proyecto Formativo
2. Autorizar modificaciones al Proyecto Formativo
3. Seguimiento efectivo
4. Evaluación una vez finalizada
5. Informar de posibles incidencias
6. Proponer la rescisión de las prácticas, previa presentación por escrito de una justificación razonada.

Las prácticas externas curriculares se han desarrollado según lo establecido en la memoria de verificación. Se trata de una asignatura obligatoria de 4 curso y de 12 créditos.

La Universidad de Cádiz dispone del [Reglamento UCA/CG08/2012 de prácticas externas](#) de los alumnos aprobado por Consejo de Gobierno el día 13 de julio de 2012, modificado el 3 de julio de 2015 BOUCA 190 de 2015, Su Artículo 16º: Tutorías y requisitos para ejercerlas, y los Artículos 29 y 30 sobre derechos y obligaciones del tutor académico, son el marco que regula el perfil de profesorado que supervisa las prácticas externas en base a las áreas específicas en que está especializado dicho profesor/a y la asignación del alumnado por curso académico.

Las prácticas curriculares del centro son gestionadas por el coordinador de prácticas, que, junto con los coordinadores de grado, velan por la correcta y satisfactoria evolución de las mismas. Todos los cursos se realizan dos sesiones informativas de carácter general para que los estudiantes puedan gestionar sus prácticas y dispongan de toda la información necesaria. Los estudiantes disponen de una amplia oferta de prácticas para que puedan seleccionarlas según sus preferencias y disponibilidad. A comienzo y a mediados de curso se abre la oferta para que los estudiantes que lo deseen puedan hacer la elección de las mismas, existiendo dos turnos de asignación, octubre y febrero. Ello no implica que aquellos que no hayan acudido a alguna de estas dos convocatorias puedan hacer las prácticas, dado que se le puede asignar en cualquier momento. Junto a la empresa se le asigna un tutor académico conforme a la normativa de prácticas, que velará por el cumplimiento del proyecto formativo, y un tutor profesional.

Toda la información sobre las prácticas se encuentra en la web del grado <https://bit.ly/2T8NZtS>. Dichas prácticas se gestionan a través de una plataforma dedicada a ello (<https://bit.ly/2HStHJe>) y el campus virtual.

#### ANEXO III:

- 2) Personal académico o profesional responsable de las tutorías de las prácticas académicas externas

#### 4.6. En su caso, adecuación del perfil del profesorado que imparte enseñanza híbrida o virtual.

- No corresponde

#### 4.7 El alumnado está satisfecho con respecto a la actuación docente del profesorado.

El título dispone de indicadores válidos para conocer la satisfacción de los estudiantes con respecto a la actuación docente del profesorado situando el grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia en 2024/2025 (ISGC-P05-04) en un 4,5 sobre 5 (ver anexo 1). Esto puede ser fruto de las nuevas metodologías implantadas por parte de algunos profesores, los proyectos de innovación docente o la formación docente continua. El resultado de estas acciones se manifiesta en este indicador. Junto a esto, es importante destacar que parte de la formación complementaria y transversal en habilidades blandas del alumnado, se está recibiendo mediante actividades propuestas por los profesores fuera del aula, es decir, las actividades del pasaporte cultural, que son dirigidas o coordinadas por los profesores y materializadas por algún ponente o por los propios alumnos, complementan de manera efectiva la formación integral del alumno, que parece ser satisfactoria.

#### 4.8 El profesorado está satisfecho con el desarrollo del programa formativo.

Grado de satisfacción global del PDI con el título (ISGC-P07-03) es de (4.3) (ver anexo 1), un indicador que es bastante alto. La información sobre la cantidad de alumnado que responde a estas encuestas, se puede encontrar [aquí](#).

(Usuario: evccsocialcomunica; Contraseña: c202090)

- Todos los archivos
- SGC - FAC. DE CC. SS. Y DE LA COMUNICACIÓN
- **03 DISEÑO, SEGUIMIENTO Y MEJORA**
- **02. SEGUIMIENTO**
- **Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Histórico - RSGC P03\_03 Autoinformes**
- encue\_RSGC\_P08\_01\_D (5).pdf

#### **Puntos Fuertes:**

2024-25: El 54,55% de los profesores del grado desarrolla proyectos de innovación docente.  
2024-25: El grado de satisfacción global del alumnado con la docencia es muy alto.  
2024-25: El grado de satisfacción global del PDI con el título es un dato bastante positivo.

## 5) RECURSOS Y APOYO A LA DOCENCIA

**5.1. El título cuenta con la infraestructura y los recursos adecuados teniendo en cuenta el tamaño de los grupos, el desarrollo de las actividades formativas y las metodologías de enseñanza-aprendizaje. El alumnado está satisfecho con las infraestructuras y recursos disponibles. El profesorado está satisfecho con las infraestructuras y recursos disponibles.**

La Universidad de Cádiz hace un uso transversal de todos los recursos materiales que están a disposición de la comunidad universitaria con independencia de su adscripción a una u otra titulación, Facultad o Campus. El Campus de Jerez está dedicado íntegramente a los estudios sociales y jurídicos, si bien cuenta también con un aula delegada de estudios de enfermería. En la actualidad, cuenta con dos centros académicos propios (Facultad de Derecho y Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas) y con tres sedes permanentes de otros tantos centros de la UCA (Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Facultad de Ciencias del Trabajo y Facultad de Enfermería), en donde pueden cursarse un total de 9 títulos de grado y cinco másteres oficiales. Es la sede, también, del Instituto Universitario de Investigación en Desarrollo Social Sostenible (INDESS).

Cuenta con 35.000 m<sup>2</sup>, 700 plazas de aparcamiento, 5 edificios principales y pistas deportivas. En todo el recinto existe conexión Wifi. Las instalaciones son modernas y de reciente construcción, pensadas para la docencia y para hacer la vida universitaria lo más cómoda posible. El campus dispone de salas de lectura, espacios para realización de trabajos en grupo, áreas de descanso, etc. adecuadas al número de estudiantes. El título dispone de aulas adecuadas y convenientemente equipadas (número, tamaño, mesas y sillas, proyectores, pantallas, enchufes, acondicionamiento...medios técnicos) para el desarrollo de las actividades formativas, teniendo en cuenta el tamaño de los grupos y las metodologías de enseñanza-aprendizaje empleadas. El título dispone de salas de lectura, espacios para realización de trabajos en grupo, áreas de descanso, etc. adecuadas al número de estudiantes. El título dispone de los laboratorios o espacios específicos para la realización de las prácticas adecuadas (número, tamaño, instrumentación) y/o de los medios necesarios para el desarrollo de todas las actividades formativas previstas (laboratorios de idiomas, aulas de informática, prácticas de campo, etc.).

El título cuenta con la dotación económica necesaria para la realización de las prácticas y del resto de actividades formativas previstas. Actualmente, se está construyendo un segundo aulario. La Biblioteca de Campus de Jerez tiene una colección formada por alrededor de 100.00 ejemplares de monografías en papel, más unos 500 títulos de revistas. Dentro de la amplia colección de recursos electrónicos de la Biblioteca de la Universidad, se encuentran algunos cuya temática es afín a los estudios que se imparten en este Campus. La Biblioteca tiene construida 8.079 m<sup>2</sup>, que se distribuyen en 3 plantas, más un semisótano que alberga la Hemeroteca de la Biblioteca de la UCA. Sus instalaciones cuentan con 3 Salas de Lectura, con un total de 512 puestos, 17 salas de trabajo en grupo e individuales, Espacio de Aprendizaje y Sala de Fondo Antiguo. Los servicios ofertados incluyen desde el préstamo de libros, portátiles y espacios hasta cursos de formación especializados sobre búsquedas bibliográficas por áreas temáticas, apoyo al TFG/TFM o gestores de referencias. En la Universidad de Cádiz todas las asignaturas disponen del Campus Virtual como apoyo a la docencia. En la actualidad, el Vicerrectorado de Digitalización e Infraestructuras, mantiene el Campus Virtual de la UCA, en una plataforma informática que utiliza la aplicación de software libre Moodle. El Campus Virtual es una herramienta fundamental para el desarrollo de la docencia universitaria, por ello ha de ser modelado de acuerdo con las necesidades de los títulos y de los Centros con agilidad y flexibilidad. La dirección o vicerrectorado responsable del Campus Virtual tiene la misión de desarrollar el Campus Virtual integrando los servicios que le sean demandados por los títulos y Centros que

conforman la Universidad. Igualmente, las incidencias que pudieran producirse durante el desarrollo de la actividad académica son resueltas por la dirección o vicerrectorado responsable del Campus Virtual. Dicha plataforma es utilizada por todas las asignaturas del Grado en Marketing.

El grado de satisfacción del alumnado con los recursos materiales e infraestructuras del título en 2024/2025 (ISGC-P06-03) es de (3,52) es decir, se encuentran satisfechos con los materiales e infraestructuras. Por su parte, el grado de satisfacción del profesorado con los recursos materiales e infraestructuras del título (ISGC-P06-04) también es alto (4,22) (ver anexo 1). Esto es producto de la calidad de las mismas, y cuya idoneidad quedó de manifiesto en la renovación de la acreditación del título.

Así, las infraestructuras de las que se dispone en la Universidad de Cádiz, tales como el campus virtual, una plataforma en línea diseñada para la gestión y desarrollo de actividades educativas. Funciona como un entorno digital donde estudiantes y profesores pueden interactuar, acceder a materiales de estudio, realizar evaluaciones y participar en foros de discusión. Esta herramienta, permite a los usuarios acceder a los contenidos y recursos en cualquier momento y desde cualquier lugar. Facilita el acceso a los materiales de clase, artículos, presentaciones y videos. Además, para el profesor es útil para pasar asistencia, recibir tareas y emitir evaluaciones de cada una de ellas, facilitan la interacción entre estudiantes y docentes. El campus de Jerez, también dispone de aulas de docencia, de idiomas, de informática, seminarios, instalaciones deportivas, cafetería, administración y servicios, secretaría, aparcamientos, etc. Junto a estos servicios, en el campus hay una biblioteca que ofrece recursos físicos y digitales para el aprendizaje e investigación. Dispone de salas de estudio (con horarios especiales en época de exámenes), préstamo de libros y asesoramiento bibliográfico. La Biblioteca Electrónica permite acceso remoto a bases de datos, revistas y libros digitales. Los usuarios pueden acceder con credenciales de la UCA y recibir formación en búsqueda de información. Además, brinda servicios de gestión bibliográfica y espacios para el trabajo colaborativo. Todo esto, brinda unos adecuados recursos humanos y materiales para atender al buen desarrollo del título, tal y como se desprende no sólo de los indicadores, sino de la ausencia de BAUs u otro tipo de quejas por parte tanto del alumnado como del personal docente y de administración del centro.

Igualmente, hay que destacar que, en los últimos años, se han producido mejoras en los recursos e instalaciones, destacando la creación de un aula Mac y la construcción del edificio del Instituto Universitario de Investigación para el Desarrollo Social y Sostenible (INDESS) que pone a disposición de los estudiantes una serie de infraestructuras y medios para la docencia e investigación. Además, se ha adquirido software específico que está a disposición tanto del alumnado como del profesorado, potenciando así los recursos disponibles para la impartición de la docencia.

Además, al estar la facultad en un campus integrado con otras titulaciones surgen sinergias entre ellas y las actividades que cada una lleva a cabo. Igualmente, hay que destacar la construcción en el Campus de un nuevo edificio de aularios.

Por su parte, cada curso se revisan las necesidades existentes en esta materia para poder emprender las inversiones necesarias.

**5.2. En su caso, las acciones realizadas para favorecer la movilidad del estudiantado son adecuadas a las características del programa formativo. El alumnado está satisfecho con los programas de movilidad. Los coordinadores de movilidad están satisfechos con los programas de movilidad.**

La movilidad internacional de nuestra facultad es una de las más altas de la Universidad de Cádiz, sobre todo en lo que a salientes se refiere. Es de destacar que se ha elaborado y puesto en marcha el plan de movilidad del centro (<https://ccsociales.uca.es/movilidad/>). Por otro lado, el Plan Director del Centro tiene como una de sus líneas de actuación, fomentar la movilidad y para ello ha elaborado un [Plan propio de movilidad](#), que encabeza la Vicedecana de Movilidad de la Facultad, con una serie de actuaciones al respecto para los próximos años en cumplimiento de una de las acciones de mejora propuestas en este sentido.

La asignación de los destinos de movilidad la lleva a cabo el Vicerrectorado de Internacionalización a través de la plataforma UMOVE. Para la selección de asignaturas a cursar en la universidad de destino y las reconocidas en la Universidad de Cádiz, el alumnado cuenta con la ayuda de los coordinadores académicos. Estas asignaturas deben coincidir en contenidos y competencias en un gran porcentaje. Para aquellos casos en que el itinerario del estudiante no coincida con el de destino, se recurrirá a la convalidación de los bloques erasmus establecidos para tal fin en todos los títulos.

Igualmente, el centro se ha incorporado a las iniciativas de movilidad lideradas por el consorcio europeo de universidades SEA-EU (Universidad Europea de los Mares) que coordina la Universidad de Cádiz. Dicho programa pretende, entre otros aspectos, fomentar la movilidad internacional de los alumnos del centro y atraer a alumnos de las universidades participantes en el consorcio (Universidad de Cádiz (España), Coordinadora; Brest, Kiel, Gdansk, Split, Malta, Algarve, Naples, NORD) a nuestros estudios (<https://sea-eu.org/mobility/>). Las plazas cubiertas por el centro en el caso de alumnos/as Erasmus son 99, Sicue 34, visitantes 16, esto hace un total de 149 alumnos/as.

<b>Total alumnos salientes</b>	87 (62,6% del total del campus — 139 alumnos)
<b>Mujeres</b>	65 (74,7% del total de la facultad)
<b>Hombres</b>	22 (25,3% del total de la facultad)
<b>Países de destino</b>	13 países distintos
<b>Programas</b>	3 (KA131 BIP, KA131 SMS OUT SHORT, Estudios KA131)
<b>Destino más popular</b>	Italia (16 alumnos — Estudios KA131)

### Desglose por programa y destino

Programa	País destino	Tipo de estudio	Hombres	Mujeres	Total
<b>Erasmus+ KA131 BIP</b>					
	Francia	Grados	0	1	1
	Malta	Grados	0	1	1
	Polonia	Máster Oficial	2	0	2
	Rumania	Grados	0	1	1
<b>Erasmus+ KA131 SMS OUT SHORT</b>					

Programa	País destino	Tipo de estudio	Hombres	Mujeres	Total
	Alemania	Grados	2	8	10
<b>Erasmus+ Estudios KA131</b>					
	Alemania	Grados	4	10	14
	Croacia	Grados	3	3	6
	Dinamarca	Grados	0	1	1
	Eslovenia	Grados	0	1	1
	Francia	Grados	2	3	5
	Grecia	Grados	2	0	2
	Italia	Grados	2	14	16
	Polonia	Grados	2	9	11
	Portugal	Grados	0	3	3
	República Checa	Grados	2	8	10
	Rumania	Grados	1	1	2
	Suecia	Grados	0	1	1
<b>TOTAL GENERAL</b>			<b>22</b>	<b>65</b>	<b>87</b>

Es la facultad con mayor movilidad del campus, representando el 62,6% del total de alumnos salientes (87 de 139).

Hay una clara predominancia femenina: 74,7% mujeres frente a un 25,3% de hombres.

El destino más popular es Italia con 16 alumnos (programa Estudios KA131), seguido de Alemania con 24 en total (sumando los dos programas en los que aparece).

La movilidad se distribuye en 3 programas: BIP, SMS OUT SHORT y Estudios KA131, todos bajo el paraguas Erasmus+ KA131.

La única movilidad de Máster en la facultad es hacia Polonia (2 hombres, programa BIP).

Se puede decir, que el título dispone de una oferta de destinos de movilidad adecuada a sus características, tanto en lo que se refiere al número de plazas ofertadas, como a su adecuación académica, que facilita la adquisición de las competencias durante el periodo de movilidad. Cuenta con una sistemática documentada para la revisión y actualización de los convenios de movilidad existentes. Además, cuenta con una sistemática documentada de información al alumnado y asignación de destinos de movilidad saliente y entrante. El título cuenta un procedimiento para la designación de coordinadores de movilidad y para el reconocimiento de su función. Además, posee una sistemática documentada de gestión y apoyo a

estudiantes de movilidad por parte de la coordinación de movilidad y el organismo de relaciones internacionales.

Los porcentajes de alumnos que realizan movilidad entrante internacional de acuerdo con el indicador en 2024/2025 (ISGC-P04-09), es del 2,45%, mientras que la movilidad nacional entrante es del 0.2%. La movilidad saliente internacional la realizan el 2,86% de nuestros discentes. Mientras que el 1,84% realiza programas de movilidad saliente nacional (Ver anexo 1).

En cualquier caso, el grado de satisfacción del alumnado que ha participado en redes de movilidad nacional e internacional en 2024/2025 (ISGC-P04-15), tanto entrantes como salientes sigue manteniendo un valor positivo (3,28) (ver anexo 1).

**5.3. En el caso de que el programa formativo incluya prácticas académicas externas, se desarrollan de manera adecuada, dispone de plazas suficientes con convenios de cooperación educativos específicos para el título. El alumnado está satisfecho con las prácticas externas. Las personas externas que tutelan las prácticas, están satisfechas con las mismas.**

Las prácticas curriculares del centro son gestionadas por el coordinador de prácticas que, junto con los coordinadores de grados, velan por la correcta y satisfactoria evolución de las mismas.

Todos los cursos se realizan sesiones informativas de carácter general (no sólo con los alumnos de cuarto sino también con los alumnos de tercero) para que los estudiantes conozcan el funcionamiento de las prácticas y dispongan de toda la información necesaria. Dichas prácticas se gestionan a través de una plataforma dedicada a ello (<https://practicas.uca.es/practicas.php>) y mediante el campus virtual. Los estudiantes disponen de una amplia oferta de prácticas, para que puedan seleccionarlas según sus preferencias y disponibilidad. A comienzo y a mediados de curso, se abre la oferta para que los estudiantes que lo deseen, puedan hacer la elección de las mismas, existiendo dos turnos de asignación, octubre y febrero. Esto no implica que aquellos que no hayan acudido a alguna de estas dos convocatorias puedan hacer las prácticas, dado que se le puede asignar en cualquier momento. A los alumnos se les asigna un tutor académico conforme a la normativa de prácticas, que velará por el cumplimiento del proyecto formativo, y un tutor profesional. Toda la información sobre las prácticas se encuentra en la web del grado <https://ccsociales.uca.es/practicas-en-empresa/>.

Las prácticas externas curriculares se desarrollan según lo establecido en la memoria de verificación. La asignatura Prácticas en empresas es una asignatura anual, optativa, situada en el último curso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

Durante el curso 2024/2025 el indicador (*P04-ISGC 8*) que analiza el número de plazas de prácticas externas ofertadas sobre el total de alumnado en el año que solicita prácticas externas es de 1,95. Este valor indica que se ofertan casi 2 plazas por alumno que solicita prácticas, un buen dato que aporta valor a nuestros estudiantes.

Respecto al indicador (*P04-ISGC 12*) que muestra la satisfacción de los tutores académicos con las prácticas externas realizadas por los estudiantes, la valoración es positiva (4,31). Mientras que el grado de satisfacción de los tutores con las entidades colaboradoras con el desempeño del alumnado en las prácticas externas (*P04-ISGC 13*) es de (4,64). El grado de satisfacción de los alumnos con las prácticas (*P04-ISGC 14*) es de 3 (Ver anexo 1). Si bien no es un dato bajo, aún hay posibilidad de mejora. Estos resultados se deben a múltiples factores, entre los que destacan la existencia de un Coordinador de Prácticas externas, dedicado

casi en exclusiva a la gestión de las prácticas curriculares de los grados del Centro, junto a la acción del Coordinador del título y el profesorado de las prácticas curriculares.

Anualmente la unidad de prácticas se encarga de revisar y renovar aquellos convenios de prácticas que no estén vigentes, mientras que el coordinador orienta a aquellas empresas que quieren ofrecer puestos en prácticas, para que se den de alta en la plataforma. Una vez la empresa ha creado la oferta de prácticas en la plataforma el coordinador se encarga de asignar a los alumno/as según su nota de expediente académico. También es posible realizar "asignaciones directas" cuando un alumno acuerda con la empresa de forma personal hacer las prácticas en sus instalaciones. Durante la práctica, el tutor académico se pone en contacto con el tutor profesional para conocer el desarrollo del alumno. Una vez realizada la práctica, el alumno/a entrega una memoria en la plataforma de prácticas, el tutor académico valora esa memoria y evalúa las competencias dentro de la plataforma. Mientras que el tutor profesional, califica las habilidades y competencias obtenidas por el alumno/a lo largo de la práctica, entrando en la plataforma y evaluando al alumno en las competencias establecidas en su sesión.

ANEXO III:

- 1) Tabla Información sobre prácticas académicas externas (último curso).
- 2) Tabla. Personal académico o profesional responsable de las tutorías de las prácticas académicas externas.

**5.4. El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es adecuado y suficiente para el desarrollo del programa formativo y está satisfecho con el desarrollo del programa formativo/centro donde se imparte el título.**

En la Universidad de Cádiz no hay personal de apoyo (PTGAS) adscrito a títulos y/o centros. La RPT de la UCA estructura a su personal de administración y servicios en 6 grandes unidades funcionales (Gestión Académica, Investigación y Relaciones con las Empresas, Organización, Unidades de Apoyo a Órganos de Gobierno, Servicios a la Comunidad Universitaria y Recursos e Infraestructuras) a las que se añaden las Administraciones de Campus y otras que, por normativa, tienen una dependencia directa del Rector o de otro órgano de gobierno. El apoyo que todas estas unidades administrativas facilitan a los centros y sus títulos dependerá en gran medida de su misión y procesos que gestiona. En cuanto a su participación en los procedimientos de mejora del título, prácticamente todos los procedimientos de nuestro SGC son despliegue de procesos transversales de la universidad (Planificación Docente, Movilidad, Prácticas, Orientación Profesional, Acceso, etc.) que son ejecutados por el personal de apoyo de la universidad.

Tabla general del personal de apoyo a los títulos de grado y máster

SUBUNIDAD	Ocupante	RJ	GRUPO	DENOMINACIÓN DEL PUESTO	AÑOS DE ANTIGÜEDAD EN ELA UCA
-----------	----------	----	-------	-------------------------	-------------------------------

**UNIDAD FUNCIONAL SERVICIOS A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA**

Servicio de Biblioteca	39	F	A1/A2	Jefe de biblioteca	37,72
Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	40	F	A2	T.G.R.I.	33,91
Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	19	F	A2	T.G.R.I.	11,05
Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	44	F	A2	T.G.R.I.	7,95
Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	45	L	3	Encargado de Equipo	12,69
Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	3	L	3	Técnico Especialista	39,00
Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	48	L	3	Técnico Especialista	1,44
Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	9	L	3	Técnico Especialista	5,05
Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	15	L	3	Técnico Especialista	2,25

Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	8	L	3	Técnico Especialista	38,17
Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	2	L	3	Técnico Especialista	5,90
Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones	36	L	3	Técnico Especialista	16,56

**ADMINISTRACIÓN DEL CAMPUS DE JEREZ**

Administración del Campus de Jerez	6	F	A1/A2	Asesor/a Técnico/a	8,32
Administración del Campus de Jerez	61	F	A2/C1	Técnico	39,00
Administración del Campus de Jerez	64	F	A2/C1	Técnico	39,84
Administración del Campus de Jerez	42	F	A2	Técnico	32,19
Administración del Campus de Jerez	62	F	C1	Gestor especialista	34,41
Administración del Campus de Jerez	5	F	C1	Gestor especialista	39,59
Administración del Campus de Jerez	65	F	C1	Gestor especialista	15,64
Administración del Campus de Jerez	16	F	C1	Gestor	13,46
Administración del Campus de Jerez	56	F	C1	Gestor	39,59
Administración del Campus de Jerez	38	F	C1	Gestor	28,25
Administración del Campus de Jerez	66	F	C1	Gestor	17,56
Administración del Campus de Jerez	4	F	C1	Gestor	33,01
Administración del Campus de Jerez	26	F	C1	Gestor	10,94
Administración del Campus de Jerez	10	F	C1	Gestor	6,09
Administración del Campus de Jerez	52	F	C1	Gestor	33,29
Administración del Campus de Jerez	29	F	C1	Gestor	13,91
Administración del Campus de Jerez	34	F	C1	Gestor	12,41
Administración del Campus de Jerez	17	F	C1	Secretario Dirección	14,41
Administración del Campus de Jerez	25	F	C1	Secretario Dirección	29,50
Administración del Campus de Jerez	22	F	C1	Gestor departamental	1,50
Administración del Campus de Jerez	50	F	C1	Gestor departamental	32,46
Administración del Campus de Jerez	51	F	C1	Gestor departamental	35,80
Administración del Campus de Jerez	55	F	C1	Gestor departamental	35,75
Administración del Campus de Jerez	24	F	C1	Gestor departamental	16,91
Administración del Campus de Jerez	60	F	C1	Gestor departamental	13,97
Administración del Campus de Jerez	21	L	3	Encargado de equipo de conserjería	39,17
Administración del Campus de Jerez	7	L	3	Encargado de equipo de conserjería	11,26
Administración del Campus de Jerez	63	L	3	Encargado de equipo de conserjería	14,70
Administración del Campus de Jerez	27	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	6,90
Administración del Campus de Jerez	57	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	3,94
Administración del Campus de Jerez	1	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	5,12
Administración del Campus de Jerez	53	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	5,01
Administración del Campus de Jerez	18	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	1,68
Administración del Campus de Jerez	14	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	4,27
Administración del Campus de Jerez	30	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	5,09
Administración del Campus de Jerez	31	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	7,26
Administración del Campus de Jerez	49	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	12,85
Administración del Campus de Jerez	13	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	12,82
Administración del Campus de Jerez	32	L	4	Técnico Auxiliar conserjería	1,68

Los indicadores de satisfacción del PTGAS con la información publicada de el/los Centro/s en 2024/2025 (ISGC-P01-03) es positiva (3,67) y el indicador (ISGC-P07-04) que muestra el Grado de satisfacción global del PAS con el Centro (3,83) evidencian que el centro dispone del personal de apoyo necesario para la realización de las actividades formativas prácticas, tanto en lo que se refiere a número como a su capacitación profesional, así como para el resto de actividades.

5.5. En caso de enseñanza híbrida o virtual, el título cuenta con los recursos necesarios en infraestructura y personal de apoyo. El alumnado está satisfecho con la docencia no presencial recibida. El profesorado está satisfecho con la docencia no presencial impartida.

*No corresponde*

**Puntos Fuertes:**

2024-2025: La satisfacción tanto de los tutores académicos (4,31) y profesionales (4,64).

2024-2025: La satisfacción de los alumnos que han participado en redes de movilidad nacional e internacional, tanto entrantes como salientes es positiva.

## 6) RESULTADOS DEL PROGRAMA FORMATIVO

6.1 Los resultados del proceso de aprendizaje alcanzados por el estudiantado se corresponden con el nivel MECES, son acordes con el perfil de egreso y con la memoria verificada.

Las diferentes actividades de formación incluidas en todas las asignaturas del Grado en Marketing e Investigación de Mercados pretenden que los alumnos puedan alcanzar las habilidades, competencias y objetivos incluidos en la memoria verificada del Grado. Por esta razón, estas actividades formativas son coherentes con los objetivos del título y adecuadas a sus resultados de aprendizaje y a las competencias que les son propias. Estas actividades formativas quedan recogidas en el programa docente de cada asignatura (Ficha 1B). El programa docente, además, incluye información sobre la asignatura, resultados de aprendizaje, sistemas de evaluación y calificación, contenidos, bibliografía, etc. Todos estos contenidos se relacionan además con las competencias a desarrollar, de tal manera que se puede vincular la actividad desarrollada con la competencia específica, o qué procedimiento de evaluación se utiliza para puntuar la adquisición de una competencia. Anualmente dicha información es actualizada y validada por los responsables de las asignaturas (los profesores coordinadores de las mismas), validadas por los directores de departamento y visadas por el coordinador del grado. Para mejorar el proceso de aprendizaje y el alto grado de abandono del El Grado en Marketing e Investigación de Mercados, en el curso 20/21 se aprobó la modificación del itinerario curricular del grado. Dado que las asignaturas vinculadas de manera directa al marketing no se veían hasta prácticamente el tercer curso, lo que provocaba, especialmente en el primer curso una alta desmotivación. El nuevo itinerario, busca una planificación más acorde con esta perspectiva, de tal manera que los alumnos puedan ver asignaturas de marketing desde el primer cuatrimestre del primer curso. Dicho nuevo itinerario curricular comenzó a implantarse en el curso 21/22, mejorando algunas de las tasas por las que fue implementado, como la tasa de abandono que se ha reducido desde entonces un 10%.

6.2. Las actividades formativas, la metodología y los sistemas de evaluación son pertinentes y adecuadas para certificar los diferentes aprendizajes reflejados en el perfil de formación y se adecuan a la memoria verificada.

Las diferentes actividades desarrolladas en las asignaturas del grado, certifican los distintos aprendizajes y se adecuan a la memoria verificada. A continuación, se presenta un listado de las mismas:

- Actividades presenciales de teoría
- Actividades presenciales de prácticas
- Evaluación

- Actividades de trabajo autónomo del estudiante

En la memoria del título, se plantean 12 tipos de metodologías docentes. La clase magistral es una metodología considerada, pero tan solo una más entre muchas posibles, la mayoría de las cuales tiene una fuerte dimensión práctica y activa para el alumno.

El sistema de evaluación de cada asignatura se elabora cada curso y está a disposición de los grupos de interés en el Programa Docente de las asignaturas (fichas 1B). En la Memoria aparecen tres sistemas de evaluación principales: · Pruebas objetivas escritas u orales de acreditación de competencias, enfocados frecuentemente a la evaluación de los conocimientos específicos adquiridos por el estudiante, así como a las competencias vinculadas a la capacidad crítica y de análisis, la expresión oral y escrita, resolución de problemas, capacidad de gestión de la información, etc. Resultados de actividades de aprendizaje realizadas durante el transcurso de la asignatura, que buscan, fundamentalmente, corroborar que la adquisición de resultados de aprendizaje ha sido correcta y que la aplicación de conocimientos a la práctica es satisfactoria. Participación activa del estudiante, requerida para la adquisición de determinadas competencias como la motivación, iniciativa y espíritu emprendedor. Para estas tres actividades de formación se ha establecido un porcentaje de ponderación mínimo de un 10% y máximo del 80%, ya que se considera fundamental la presencia de los tres sistemas para la evaluación final del alumnado. Existen diversas herramientas y técnicas de evaluación incluyendo pruebas iniciales, exámenes a lo largo del desarrollo de la asignatura, examen final, trabajos escritos realizados por el estudiante, exposiciones de ejercicios, temas y trabajos, prácticas de ordenador y/o elaboración de memorias o cuadernos de prácticas, participación y trabajo realizado en los seminarios, clases de problemas y en las actividades de tutorización, otros, siempre que sean aprobados por el equipo de coordinación docente de la asignatura correspondiente, y que se indiquen con antelación en la guía docente de la asignatura. Entre estos últimos instrumentos de evaluación se encuentran los proporcionados por el Campus Virtual, que proporciona instrumentos de evaluación online -test, cuestionarios, actividades, etc. (ver [Guías docentes](#)).

El Trabajo Fin de Grado (TFG) se evalúa esencialmente a partir del trabajo individual del alumno donde la calidad de su redacción y diversidad bibliográfica unida a la exposición pública y el debate se convierten en criterios de rigor. Criterios que, frente al resto de asignaturas, no son evaluados, única y exclusivamente, por la persona que tutoriza su aprendizaje, sino que además interviene una comisión evaluadora de carácter multidisciplinar. En concreto, el/la tutor/a del estudiante califica la aplicación de conocimientos del Grado en el trabajo escrito (ponderación de un 60%), siendo la comisión la que valora la presentación oral (ponderación de un 40%). Es importante resaltar que, dada las particularidades que presenta esta asignatura en heterogeneidad de contenidos y número de docentes y discentes implicados, la CGC, con el fin de establecer unos criterios homogéneos de evaluación para todos los alumnos del grado, aprobó un reglamento interno en el que se incluyen dos rúbricas (una para el/la tutor/a y otra para la comisión evaluadora) detallando qué se ha de valorar en cada criterio y cuáles son los intervalos de ponderación que los define. Así, en la rúbrica del tutor interno se califican cinco bloques: la planificación e iniciativa del alumnado, la organización, redacción, contenidos y conclusiones del Trabajo de Fin de Grado. Por su parte, en la rúbrica de la comisión evaluadora también se califican cinco bloques diferenciados: contenido de la exposición oral, expresión corporal, expresión oral, material de apoyo y las respuestas a las cuestiones planteadas por la comisión evaluadora (Ver [TFG defendidos](#)).

(Usuario: evccsocialcomunica; Contraseña: c202090)

- Todos los archivos
- SGC - FAC. DE CC. SS. Y DE LA COMUNICACIÓN
- **03 DISEÑO, SEGUIMIENTO Y MEJORA**
- **02. SEGUIMIENTO**
- **Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Histórico - RSGC P03\_03 Autoinformes**
- TFGs defendidos 24-25.xls

Para más información, puede consultar la rúbrica de evaluación (<https://bit.ly/3bpIG65>).

La evaluación de las Prácticas en Empresas es una labor conjunta del tutor académico del estudiante que realiza las prácticas, así como del responsable asignado por la empresa como tutor profesional. Para ello, el tutor profesional valorará el desenvolvimiento del alumno durante la práctica valorando una serie de aspectos como la creatividad e iniciativa, la capacidad de aprendizaje, las relaciones con su entorno laboral, puntualidad, motivación, capacidad técnica o sus habilidades de comunicación, y su tutor académico valorará una memoria realizada por el estudiante con la ayuda de una rúbrica que garantiza la aplicación de unos criterios homogéneos para todos los alumnos con independencia del tutor académico que se le haya asignado (ver [Memorias prácticas](#)).

(Usuario: evccsocialcomunica; Contraseña: c202090)

- Todos los archivos
- SGC - FAC. DE CC. SS. Y DE LA COMUNICACIÓN
- **03 DISEÑO, SEGUIMIENTO Y MEJORA**
- **02. SEGUIMIENTO**
- **Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Histórico - RSGC P03\_03 Autoinformes**
- **Memorias de prácticas (contiene 5 memorias de prácticas)**

### 6.3 Los resultados de los indicadores académicos y su evolución se adecúan a los objetivos formativos del plan de estudios.

Los resultados de los indicadores académicos en 2024/2025, reflejan una buena tasa de rendimiento (ISGC-P04-01), más de un 1% superior a la del curso anterior. La tasa de éxito también se ha incrementado (ISGC-P04-02) más de un 2% respecto al 23/24. Por su parte, la tasa de evaluación (ISGC-P04-03) se ha reducido un 2,4%. La tasa de abandono (ISGC-P04-04) del grado se ha elevado un 3%, hasta el 30,6%. Esta alta tasa, provocó la modificación de la memoria del título. Los resultados parecen avalar que la modificación efectuada ha conseguido mejorar el abandono del grado, reduciendo más de un 10% desde el año de la modificación (20/21).

En el caso de la tasa de graduación (ISGC-P04-05) ha mejorado casi un 3%, situándose en el 27,8%. Mientras que la tasa de eficiencia (ISGC-P04-06) también ha mejorado más un 1%. Por su parte, la duración media de los estudios (ISGC-P04-07) se sitúa en 5,1 años (Ver Anexo 1).

ANEXO IV: Información sobre calificaciones globales del título y por asignaturas y tipo de enseñanza.

### 6.4 El título dispone de indicadores para analizar grado de satisfacción del estudiantado con cada asignatura, así como con el programa formativo.

*Según el artículo 2.4 del Reglamento UCA/CG09/2022, de 26 de septiembre, sobre la evaluación de la satisfacción del estudiantado con la docencia recibida, el Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, tiene acceso a todos los informes de resultados del grado de satisfacción con la docencia de todo el profesorado que imparte docencia en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Los informes están publicados en el [Sistema de Información de la UCA](#), siendo todos ellos públicos excepto los informes individualizados del profesorado.*

2024-25: El grado posee buenos datos de rendimiento, tasa de éxito y evaluación

<i>Puntos débiles</i>	<i>Acciones de mejora</i>
<p><i>Punto débil nº 1: Tasa de abandono</i></p>	<p><b>Acción de mejora nº1:</b> Fomento de la participación en el Proyecto Compañero.</p> <p><b>Acción de mejora nº 2:</b> Reuniones específicas con el profesorado de primer curso.</p> <p><b>Acción de mejora nº3:</b> Fomento de la participación en campeonatos deportivos extracurriculares</p>

## 7) **ORIENTACIÓN ACADÉMICA, ORIENTACIÓN PROFESIONAL Y EMPLEABILIDAD**

**7.1. El título tiene los servicios necesarios para poder garantizar la orientación académica y profesional del alumnado. El alumnado está satisfecho con los servicios orientación académica y profesional del alumnado.**

### 1. Orientación Académica.

El Programa de Acción Tutorial Universitario llevado a cabo en la Facultad de Ciencias Sociales y de Comunicación de la Universidad de Cádiz procede del análisis de las necesidades formativas del alumnado. Siempre hemos sido conscientes de que el inicio de la educación universitaria es difícil para los estudiantes por el comienzo de esta nueva etapa académica. Por ello se ha creado un servicio de Orientación Académica o tutorías personalizadas dirigido especialmente a nuestro alumnado de primer curso. En el comienzo del curso académico, se desarrolla un plan de tutorías entre iguales "PROYECTO ACOMPÁÑAME" en el que los estudiantes de 2º, 3º Y 4º curso de grado, componen la figura del Alumnado Mentor. Este alumnado Mentor, va a hacer de guía a los estudiantes universitarios Noveles de nuevo ingreso en los Grados de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. El objetivo principal es fomentar en el alumnado Novel mayor independencia y autonomía con respecto a la vida universitaria, así como en sus estudios y aprendizaje. En este sentido, el Proyecto cumplirá sus objetivos en función del nivel de compromiso que se vaya a establecer entre el alumnado Mentor y el alumnado Novel.

**a) Servicio de Atención Psicológica y Psicopedagógica (SAP).** Éste tiene como objetivo atender las necesidades personales y académicas del alumnado, asesorándole en cuestiones que puedan mejorar la calidad de su estancia y aprendizaje. Cuenta con un equipo de profesionales de la psicología y psicopedagogía que ofrece información y asesoramiento en áreas relacionadas con: técnicas para mejorar el rendimiento académico, control de la ansiedad ante los exámenes, superar el miedo a hablar en público, entrenamiento en relajación, habilidades sociales, estrategias para afrontar problemas, toma de decisiones y otros aspectos personales y/o académicos.

**b) Secretariado de Políticas de Inclusión.** Su finalidad es garantizar un tratamiento equitativo y una efectiva igualdad de oportunidades para cualquier miembro de la comunidad universitaria que presente algún tipo de diversidad funcional, tratando de que estos principios también se hagan realidad en la sociedad en general.

**c) Dirección General de Igualdad.** La finalidad de esta unidad es tratar de eliminar las dificultades y barreras que impiden una participación igualitaria y el desarrollo personal, académico y profesional de todos los miembros de la comunidad universitaria y de que los principios de inclusión, pluralidad, diversidad, igualdad de oportunidades y equidad se hagan realidad tanto dentro como fuera de ella.

**d) Dirección General de Diversidad.** De reciente creación, tiene, como principal objetivo, promover y garantizar la igualdad real y efectiva y el respeto a los derechos de las personas que forman el conjunto de la comunidad universitaria y que se encuentren en situación de vulnerabilidad o desventaja por razones como el origen racial o étnico, sexo, orientación sexual, identidad de género, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, nacionalidad, enfermedad, condición socioeconómica, lingüística, afinidad política y sindical, por razón de su apariencia, u otra condición.

**e) Servicio de Relaciones Internacionales (ORI).** Integrado en el Área de Gestión de Alumnado y Relaciones Internacionales, se ha configurado como una herramienta básica en el objetivo estratégico de la Universidad de Cádiz. Desde este servicio se gestionan los distintos programas de movilidad con universidades y empresas extranjeras destinadas tanto a alumnado como a PDI y PTGAS, así como los proyectos de cooperación internacional, se organizan actividades de difusión e información y se apoyan las diversas iniciativas de internacionalización en las que participa el conjunto de la Universidad.

## 2. Orientación Profesional.

La Universidad de Cádiz cuenta con programas para mejorar la empleabilidad de los universitarios dentro del mercado laboral, facilitándoles el conocimiento de los recursos de orientación y formación disponibles, así como las opciones más ventajosas para acceder y mantenerse en el empleo en función de sus intereses, demandas y sus perfiles formativos. Entre estos programas cabe destacar:

- El Plan Integral de Formación para el Empleo (PIFE) proporciona, a través de un itinerario formativo, los recursos necesarios para mejorar la empleabilidad de los alumnos, constituyendo un complemento de las competencias profesionales del estudiante, adquiridas en su titulación y en las prácticas curriculares. El itinerario consta de 25 horas distribuidas en acciones formativas de 20 horas más 5 horas de encuentro empresarial (más información en: <https://url.uca.es/yQKKm>).
- Agencia de colocación: Este servicio está basado en un sistema dinámico que promueve de forma ágil y eficiente la vinculación de nuestros alumnos y titulados con las ofertas de empleo generadas por el sector productivo. Se encuentra a disposición de todas las empresas e instituciones que requieran cubrir sus puestos de trabajo de acuerdo a las titulaciones universitarias. Con este servicio, se pretende ofrecer a los universitarios la oportunidad de encontrar un empleo profesional y a las empresas una amplia base de datos de candidatos procedentes de todas las diplomaturas, licenciaturas, grados, másteres y doctorados. Esta función de intermediación laboral consiste en recibir las ofertas de empleo por parte de las empresas y canalizar hacia ella a los candidatos con el perfil más competente, de acuerdo con las especificaciones requeridas (más información en: <https://uca.portalicaro.es/homeh>
- La Feria de Empleo de la Universidad de Cádiz es un punto de encuentro entre sus estudiantes y egresados interesados en conocer las expectativas que ofrece el mercado laboral e incorporarse al mismo, y las empresas que buscan perfiles para incorporar en sus corporaciones. El objetivo es apoyar la incorporación de los alumnos y titulados universitarios al mundo profesional, asesorándoles en el proceso de búsqueda de empleo y facilitando el contacto con las empresas adecuadas a sus perfiles profesionales, convirtiéndose en un punto de encuentro activo entre oferta y demanda cualificada

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación elaboró su plan de orientación profesional para el curso 2024-2025 con el objeto de proporcionar información y apoyo al estudiantado para facilitar su integración laboral y profesional al finalizar sus estudios. Este plan se sustenta en una serie de actividades básicas abiertas a las posibles demandas de los estudiantes (salidas profesionales, jornadas de orientación profesional, charlas sobre prácticas en empresas y sesiones para la divulgación y promoción de la participación del estudiantado

del Centro en el Plan Integral de Formación para el Empleo de la UCA, etc.) (<https://ccsociales.uca.es/plan-de-orientacion-profesional/>). Asimismo, a través del pasaporte cultural, los profesores organizan distintas actividades, entre otras, visitas a empresas y charlas de profesionales del mundo de los recursos humanos que explican cómo afrontar entrevistas de trabajo.

La valoración de los alumnos sobre la orientación académica en el año 2024/2025 (ISGC-P06-01) es positiva (3,22), siendo sensiblemente inferior al año anterior. Además, la valoración de los programas y actividades de orientación profesional (ISGC-P06-02) ha mejorado ligeramente respecto al año anterior, situándose en (2,95) (ver Anexo 1).

## **7.2. Los resultados de los indicadores de empleabilidad de las personas egresadas son adecuados para las características de la titulación.**

Los índices de inserción profesional (ISGC-P07-05) en cualquier sector profesional han fluctuado durante los últimos años, en la última cohorte de egreso registrada 23-24 esta tasa se encuentra en el 10,75%, un valor superior a la media del centro (10%). Estas cifras se han incrementado respecto al año anterior. Por el contrario, la tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados (ISGC-P07-06), han empeorado para la cohorte de egreso 23-24 pasando del 100% al 80% (ver Anexo 1). Encuestas realizadas a los alumnos egresados dos cursos antes.

En cuanto a la tasa de autoempleo (ISGC-P07-07), esta ofrece un valor muy bajo (0) en línea con los registros del centro y la universidad, por lo que cabría plantear alguna acción encaminada a la formación para el autoempleo entre el alumnado del título (ver anexo 1).

La tasa de inserción con movilidad geográfica (ISGC-P07-08) del título ha fluctuado durante las últimas cohortes analizadas: concretamente, en esta cohorte el valor del 30€, el indicador del título es inferior a las medias del centro y la universidad (37,84% y 49,23%) (ver anexo 1). Es lógico que la movilidad geográfica, hacia ciudades con un mayor tejido empresarial mejore la inserción laboral de los egresados. En un contexto social donde cada día más, las empresas necesitan expertos en Marketing ciudades como Madrid, Barcelona, Valencia o Sevilla ofrecen a nuestros egresados posibilidades para buscar sus primeras experiencias profesionales en grandes agencias y consultoras. Encuestas realizadas a los alumnos egresados dos cursos antes.

## **7.3 Los perfiles de egreso fundamentalmente desplegados en el programa formativo mantienen su interés y están actualizados según los requisitos de su ámbito académico, científico o profesional.**

Desde una óptica profesional, el graduado en Marketing e Investigación de Mercados, según lo establecido en este documento de verificación, deberá ser un experto capaz de realizar investigaciones, planificar, implementar y supervisar la estrategia de marketing de una empresa, incluyendo instituciones tanto públicas como privadas. Esto implica el manejo eficiente de herramientas de marketing e investigación de mercados dentro de organizaciones e instituciones de diversa índole, en un contexto actual que abarca mercados tanto físicos como digitales, y que se extiende tanto a nivel nacional como internacional.

En este marco, el profesional en marketing estará equipado para obtener ventajas competitivas sostenibles a través de la mejora en la gestión y administración de su organización, lograda mediante la comprensión y aplicación adecuadas de estrategias y procesos de marketing.

En el ámbito laboral, estos graduados estarán preparados para ocupar cargos de responsabilidad en diferentes departamentos o áreas de empresas e instituciones. Algunos de los roles destacados incluyen:

- Director/a de Marketing
- Especialista en Investigación de Mercados
- Analista de Mercados o Analista de Datos
- Gerente de Producto
- Gerente de Marca
- Director/a de Trade Marketing
- Gerente de Marketing Minorista
- Especialista en Gestión de Precios
- Director/a de Comunicación
- Director/a de Ventas
- Especialista en Merchandising
- Especialista en Fidelización de Clientes
- Gestor/a de Contenidos
- Director/a de Expansión Comercial
- Especialista en Marketing Internacional
- Consultor/a de Marketing

Además, en el ámbito académico y de investigación, los graduados estarán capacitados para llevar a cabo estudios avanzados sobre el consumidor y la disciplina del marketing en general. También estarán preparados para impartir docencia en diferentes niveles académicos relacionados con el marketing.

Asimismo, estos graduados tendrán la oportunidad de acceder a programas de máster oficiales que les permitan profundizar y avanzar en su formación académica y profesional.

#### 7.4 Los empleadores están satisfechos con la formación recibida por los egresados.

Según el proceso P07 [Proceso de medición de resultados](#), para recabar información sobre necesidades o expectativas, así como sobre la satisfacción de las personas empleadoras con las competencias adquiridas por el alumnado egresado durante sus estudios, la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación facilitará la participación de este grupo de interés en las comisiones que estime conveniente, siendo ac

Aconsejable que se produzca ese encuentro **una vez al año**, dejando constancia del mismo. La información obtenida se utilizará para realizar los correspondientes análisis y valoraciones necesarios para el seguimiento de los títulos y de las estrategias de mejora del centro.

Las comisiones ([Ver acta](#)) se realizan aprovechando el llamamiento a las jornadas de orientación profesional organizadas por los alumnos: <https://www.instagram.com/mama.hagomarketing/>

(Usuario: evccsocialcomunica; Contraseña: c202090)

- SGC - FAC. DE CC. SS. Y DE LA COMUNICACIÓN
  - - 03 DISEÑO, SEGUIMIENTO Y MEJORA
    - 02. SEGUIMIENTO
  - **Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Histórico - RSGC P03\_03 Autoinformes**
  - Acta comisión de orientación profesional

### 7.5 Los egresados están satisfechos con la formación recibida.

La tasa de respuesta para el análisis de satisfacción de los egresados (P07-ISGP 01\_03) fue del 9,28%. La satisfacción que muestran estos egresados ISGC-P07-09 con los estudios realizados es de 2,56. En la misma línea valoran las competencias adquiridas en el título de 2,33 sobre 5 (ver anexo 1). Estos datos, proceden de alumnos egresados dos cohortes antes, es decir, egresados en 22/23. Alumnos que terminaron sus estudios con el plan de estudios antiguo. Es de esperar que el nuevo plan de estudios y las nuevas asignaturas vinculadas al marketing digital, mejoren esta satisfacción en los próximos cursos.

### 7.6 Se analiza la sostenibilidad del título teniendo en cuenta el perfil de formación que ofrece la titulación y los recursos disponibles.

De acuerdo con la información analizada, el Grado en Marketing e Investigación es sostenible en el tiempo. Si bien, detectamos algunos aspectos a mejorar para los cuales se han establecido una serie de medidas correctoras, concretamente, se proponen diversas acciones de mejora que deben permitir corregir los indicadores con peores resultados.

El título mantiene su demanda entre los estudiantes, con altas tasas de ocupación. Aunque, la tasa de preferencia se ha reducido y existen variables que deben cuidarse o mejorarse, como las competencias que integran el título, según la evaluación que realizan los egresados. Es cierto que el índice de inserción profesional en cualquier sector, la tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional y la tasa de inserción con movilidad geográfica, son aspectos positivos que hablan de la alta empleabilidad del perfil del grado. La realidad actual del mercado laboral, refleja que el perfil del Graduado en Marketing e Investigación de Mercados sigue estando entre los más demandados, gracias al crecimiento constante del comercio electrónico, a la irrupción de la inteligencia artificial y a la necesidad de las empresas por competir en un mercado digital donde el conocimiento del consumidor resulta fundamental.

En relación con las infraestructuras, el Campus de Jerez cuenta con instalaciones modernas y bien equipadas, que además están involucradas en un proceso de mejora constante. La Universidad de Cádiz hace un uso transversal de todos los recursos materiales que están a disposición de la comunidad universitaria con independencia de su adscripción a una u otra titulación, Facultad o Campus. Las instalaciones son modernas y de reciente construcción, pensadas para la docencia y para hacer la vida universitaria lo más cómoda posible. En la Universidad de Cádiz todas las asignaturas disponen del Campus Virtual como apoyo a la docencia. Por último, el [personal](#) que dota de conocimientos al alumnado, está en continuo aprendizaje y aplicando nuevas técnicas didácticas para mejorar sus habilidades y la transferencia de técnicas de mercado, por lo que parece que el futuro del grado es sostenible.

*Puntos débiles*

*Acciones de mejora*

<p><b>Punto débil nº3:</b> la valoración de los programas y actividades de orientación profesional.</p>	<p>Acción de Mejora 1: Realizar charlas con profesionales que expliquen cómo llegaron a sus actuales puestos de trabajo</p> <p>Acción de Mejora 2: Organización de semana del empleo, donde se invita a profesionales y a jóvenes emprendedores a que cuenten sus experiencias</p> <p>Acción de mejora nº 3: Explicar que las actividades que organizan los profesores en el pasaporte cultural, son actividades de orientación profesional</p>
---	---

#### ***Puntos fuertes***

La tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados (ISGC-P07-06), ha mejorado para el año 20-21 llegando al 100%

## PLAN DE MEJORA

Recomendación ACCUA (Aspectos para la mejora del título y/o Aspectos que deben ser subsanados) o punto débil	Acciones de mejora a desarrollar / Evidencia	Prioridad	Responsable	Fecha de inicio	Finalización	Indicador de seguimiento (en su caso)																								
Se debe publicar la información de las encuestas de satisfacción de los diferentes colectivos.  (ACCUA)	<p>Acción de mejora 1: Se actualizará la información de la web del título siguiendo las indicaciones de la Guía de Renovación de la Acreditación de ACCUA para títulos de Grado y Máster prevista en el Criterio 1.</p> <p><a href="https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/MIM-Resultados-del-t%C3%ADtulo.pdf?u">https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/MIM-Resultados-del-t%C3%ADtulo.pdf?u</a></p>	Media	Vicedecana de Estudiantes, cultura, participación y empleabilidad	05/2023	05/2026	<p>ISGC-P01-01: Grado de satisfacción del alumnado con la información publicada del Título-Centro</p> <p>ISGC-P01-02: Grado de satisfacción del PDI con la información publicada del Título-Centro</p> <p>ISGC-P01-03: Grado de satisfacción del PAS con la información publicada de el/los Centro/s</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>20/21</th> <th>21/22</th> <th>22/23</th> <th>23/24</th> <th>24/25</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>ISGC-P01-01</b></td> <td>3,65</td> <td>3,21</td> <td>3,28</td> <td>3,21</td> <td>3,44</td> </tr> <tr> <td><b>ISGC-P01-02</b></td> <td>4,55</td> <td>4,17</td> <td>4,54</td> <td>4,32</td> <td>4,24</td> </tr> <tr> <td><b>ISGC-P01-03</b></td> <td>3,78</td> <td>3,87</td> <td>3,33</td> <td>3,66</td> <td>3,67</td> </tr> </tbody> </table>		20/21	21/22	22/23	23/24	24/25	<b>ISGC-P01-01</b>	3,65	3,21	3,28	3,21	3,44	<b>ISGC-P01-02</b>	4,55	4,17	4,54	4,32	4,24	<b>ISGC-P01-03</b>	3,78	3,87	3,33	3,66	3,67
	20/21	21/22	22/23	23/24	24/25																									
<b>ISGC-P01-01</b>	3,65	3,21	3,28	3,21	3,44																									
<b>ISGC-P01-02</b>	4,55	4,17	4,54	4,32	4,24																									
<b>ISGC-P01-03</b>	3,78	3,87	3,33	3,66	3,67																									
Se debe aplicar lo contemplado en el SIGC en cuanto a la recogida de la	Mantendremos reuniones cada año con los empleadores para recabar información sobre sus necesidades, expectativas y satisfacción.	Media	Decano. Coordinador de prácticas	09/22	09/26																									

<p>opinión de los empleadores.  (ACCUA)</p>	<p><a href="https://www.uca.es/noticia/la-uca-avanza-con-la-asociacion-marketing-en-cadiz-en-la-creacion-del-aula-universitaria-de-marketing/">https://www.uca.es/noticia/la-uca-avanza-con-la-asociacion-marketing-en-cadiz-en-la-creacion-del-aula-universitaria-de-marketing/</a></p> <p><a href="https://www.uca.es/noticia/arranca-el-ciclo-de-conferencias-sobre-marketing-y-vino-en-la-facultad-de-ciencias-sociales-y-de-la-comunicacion/">https://www.uca.es/noticia/arranca-el-ciclo-de-conferencias-sobre-marketing-y-vino-en-la-facultad-de-ciencias-sociales-y-de-la-comunicacion/</a></p> <p><a href="https://lassalinassf.es/web/index.php/es/departamentos/formacion-profesional/comercio-y-marketing/438-festival-mama-hago-marketing">https://lassalinassf.es/web/index.php/es/departamentos/formacion-profesional/comercio-y-marketing/438-festival-mama-hago-marketing</a></p> <p><a href="https://ccsociales.uca.es/noticia/la-facultad-de-ciencias-sociales-y-de-la-comunicacion-celebra-las-jornadas-de-orientacion-profesional-del-10-al-19-de-noviembre/">https://ccsociales.uca.es/noticia/la-facultad-de-ciencias-sociales-y-de-la-comunicacion-celebra-las-jornadas-de-orientacion-profesional-del-10-al-19-de-noviembre/</a></p> <p><a href="https://url.uca.es/6AGNb">https://url.uca.es/6AGNb</a></p> <p>(Usuario: evccsocialcomunica; Contraseña: c202090)</p>					
---	--	--	--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SGC - FAC. DE CC. SS. Y DE LA COMUNICACIÓN             <ul style="list-style-type: none"> <li>•               <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 03 DISEÑO, SEGUIMIENTO Y MEJORA</li> <li>○ 02. SEGUIMIENTO</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>• <b>Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Histórico - RSGC P03_03 Autoinformes</b></li> <li>• Acta comisión de orientación profesional</li> </ul>																	
<p>Se recomienda continuar con los procesos de mejora de la coordinación docente con la finalidad de incrementar la valoración de la misma por parte del estudiantado.</p> <p>(ACCUA)</p>	<p>Acción de mejora 1: Creación de un listado con las asignaturas en las que imparte docencia más de un docente, realizando un control activo de las mismas, a partir del contacto continuo con el profesorado y los delegados de curso.</p> <p><a href="#">Asignaturas con más de un profesor y fecha de reuniones.xlsx</a></p> <p>Acción de mejora 2: Se mantienen las acciones de mejora propuestas</p>	Media	Coordinación del grado	09/22	09/26	<p><b>ISGC-P04-10:</b> Grado de satisfacción del alumnado con la coordinación docente</p> <table border="1" data-bbox="1464 1171 2085 1235"> <thead> <tr> <th></th> <th>20/21</th> <th>21/22</th> <th>22/23</th> <th>23/24</th> <th>24/25</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>ISGC-P04-10</b></td> <td>2,94</td> <td>2,84</td> <td>2,81</td> <td>2,99</td> <td>2,98</td> </tr> </tbody> </table>		20/21	21/22	22/23	23/24	24/25	<b>ISGC-P04-10</b>	2,94	2,84	2,81	2,99	2,98
	20/21	21/22	22/23	23/24	24/25													
<b>ISGC-P04-10</b>	2,94	2,84	2,81	2,99	2,98													

	<p>durante los últimos cursos (las reuniones de coordinación con el profesorado, las reuniones con el alumnado y el cronograma con las actividades propuestas por las distintas asignaturas).</p> <p><a href="#">CALENDARIO DE ACTIVIDADES GMIM.xlsx"</a></p> <p><a href="#">Asignaturas con más de un profesor y fecha de reuniones.xlsx</a></p> <p>(Usuario: evccsocialcomunica; Contraseña: c202090)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Todos los archivos</li> <li>- SGC - FAC. DE CC. SS. Y DE LA COMUNICACIÓN</li> <li>- <b>03 DISEÑO, SEGUIMIENTO Y MEJORA</b></li> <li>- <b>02. SEGUIMIENTO</b></li> <li>- <b>Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Histórico - RSGC P03_03 Autoinformes</b></li> </ul>					
--	---	--	--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Asignaturas con más de un profesor</b></li> <li>- <b>Calendario de actividades</b></li> </ul>																	
<p>Se deben adoptar medidas con la finalidad de mejorar la tasa de graduación.</p> <p>(ACCUA)</p>	<p>Acción de mejora 1: Creación de una nueva plataforma para la gestión de los TFG que simplifique los procesos</p> <p><a href="https://sherryccsociales.uca.es/tfg/">https://sherryccsociales.uca.es/tfg/</a></p> <p>Acción de mejora 2: Incluir asignaturas de nivelación para las asignaturas con mayor número de alumnos matriculados</p> <p><a href="#">Solicitud asignaturas de nivelación.pdf</a></p> <p>(Usuario: evccsocialcomunica; Contraseña: c202090)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Todos los archivos</li> <li>- SGC - FAC. DE CC. SS. Y DE LA COMUNICACIÓN</li> <li>- <b>03 DISEÑO, SEGUIMIENTO Y MEJORA</b></li> <li>- <b>02. SEGUIMIENTO</b></li> <li>- <b>Grado en Marketing e Investigación de</b></li> </ul>	Alta	Decano, vicedecana de estudiantes y coordinación del grado	09/22	09/26	<p><b>ISGC-P04-05:</b> Tasa de graduación</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th><u>20/21</u></th> <th><u>21/22</u></th> <th><u>22/23</u></th> <th><u>23/24</u></th> <th><u>24/25</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>ISGC-P04-05</b></td> <td>26,2%</td> <td>27%</td> <td>42,5%</td> <td>25%</td> <td>27,8%</td> </tr> </tbody> </table>		<u>20/21</u>	<u>21/22</u>	<u>22/23</u>	<u>23/24</u>	<u>24/25</u>	<b>ISGC-P04-05</b>	26,2%	27%	42,5%	25%	27,8%
	<u>20/21</u>	<u>21/22</u>	<u>22/23</u>	<u>23/24</u>	<u>24/25</u>													
<b>ISGC-P04-05</b>	26,2%	27%	42,5%	25%	27,8%													

	<p><b>Mercados. Histórico - RSGC P03_03 Autoinformes</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Solicitud asignaturas de nivelación</li> </ul> <p>Acción de mejora 2: Modificación de la tipología de los trabajos fin de grado, para adaptarlo a la realidad del grado, que está más enfocado a la realidad profesional que al desarrollo de trabajos de investigación científica. De esta manera, se busca que el alumno puede enfocar el TFG desde una perspectiva profesional y más aplicado (Tfg de tipo profesional: portfolio, un manual de identidad corporativa, el diseño y creación de una marca, una propuesta de una campaña a partir de un brief real o inventado, un plan de comunicación interna, externa, un plan estratégico, una auditoría de imagen o de comunicación, un spot, una campaña, un estudio de mercado, un plan de marketing digital, un plan de empresa, entre otros) o vinculando</p>					
--	---	--	--	--	--	--

	<p>su TFG a la realización de las prácticas en empresa.</p> <p><a href="https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/TFG-Guia-Tipologias.pdf?u">https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/TFG-Guia-Tipologias.pdf?u</a></p> <p>Acción de mejora 3: Elaboración de guías explicativas</p> <p><a href="https://ccsociales.uca.es/trabajo-fin-de-grado-y-master/">https://ccsociales.uca.es/trabajo-fin-de-grado-y-master/</a></p>																	
<p>Se debe analizar la baja percepción del grado por parte de los egresados.</p> <p>(ACCUA)</p>	<p>Acción de mejora 1: Se llevará a cabo una encuesta entre los egresados para analizar en profundidad dicha percepción</p> <p><a href="https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeTocFaOyCVIV_LWpBM5CL1hKD7iAI6sHS9nYSHQOSKM-B_uw/viewform?usp=header">https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeTocFaOyCVIV_LWpBM5CL1hKD7iAI6sHS9nYSHQOSKM-B_uw/viewform?usp=header</a></p> <p><a href="#">Resultados cuestionario</a></p>	Alta	Coordinación de grado	Octubre 2024	Octubre 2025	<p><b>ISGC-P07-09:</b> Grado de satisfacción de los egresados con los estudios realizados</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2018-19</th> <th>2019-20</th> <th>2020-21</th> <th>2021-22</th> <th>2022-23</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>ISGC-P07-09</b></td> <td>2,33</td> <td>3,00</td> <td>2,00</td> <td>3,00</td> <td>2,56</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>NOTA: ISGC-P07-05 al ISGC-P07-10: Encuestas realizadas a los alumnos egresados 2 o 3 cohortes anteriores</i></p>		2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	<b>ISGC-P07-09</b>	2,33	3,00	2,00	3,00	2,56
	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23													
<b>ISGC-P07-09</b>	2,33	3,00	2,00	3,00	2,56													
<p>Se deben aportar datos de</p>	<p>Acción de mejora 1: Se enviarán correos electrónicos a los egresados/as previo a la aplicación de las encuestas enviadas por el Servicio</p>	Media	Decano	09/22	09/26	<p>ISGC-P07-01_03. Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Egresados</p>												

<p>empleabilidad más fiables. (ACCUA)</p>	<p>de Gestión de la Calidad anualmente animando y fomentando la participación expresando su opinión sobre ítems contemplados en el cuestionario.</p> <p><a href="#">Correo evidencia</a></p>					<p>ISGC-P07-05: Tasa de inserción profesional en cualquier sector profesional</p> <p>ISGC-P07-06: Tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados</p> <p>ISGC-P07-07: Tasa de autoempleo</p> <p>ISGC-P07-08: Tasa de inserción con movilidad geográfica</p> <table border="1" data-bbox="1462 606 2213 949"> <thead> <tr> <th></th> <th>2018-19</th> <th>2019-20</th> <th>2020-21</th> <th>2021-22</th> <th>2022-23</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>ISGC-P07-01_03:</b></td> <td>4,76%.</td> <td>5,80%</td> <td>4,35%</td> <td>14,29%</td> <td>9,28%</td> </tr> <tr> <td><b>ISGC-P07-05:</b></td> <td>66,67</td> <td>25,00</td> <td>66,67</td> <td>55,56</td> <td>6,19</td> </tr> <tr> <td><b>ISGC-P07-06:</b></td> <td>100,00</td> <td>100,00</td> <td>50,00</td> <td>80,00</td> <td>100,00</td> </tr> <tr> <td><b>ISGC-P07-07:</b></td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td><b>ISGC-P07-08:</b></td> <td>50,00</td> <td>0</td> <td>100,00</td> <td>60,00</td> <td>83,33</td> </tr> </tbody> </table>		2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23	<b>ISGC-P07-01_03:</b>	4,76%.	5,80%	4,35%	14,29%	9,28%	<b>ISGC-P07-05:</b>	66,67	25,00	66,67	55,56	6,19	<b>ISGC-P07-06:</b>	100,00	100,00	50,00	80,00	100,00	<b>ISGC-P07-07:</b>	0	0	0	0	-	<b>ISGC-P07-08:</b>	50,00	0	100,00	60,00	83,33
	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23																																					
<b>ISGC-P07-01_03:</b>	4,76%.	5,80%	4,35%	14,29%	9,28%																																					
<b>ISGC-P07-05:</b>	66,67	25,00	66,67	55,56	6,19																																					
<b>ISGC-P07-06:</b>	100,00	100,00	50,00	80,00	100,00																																					
<b>ISGC-P07-07:</b>	0	0	0	0	-																																					
<b>ISGC-P07-08:</b>	50,00	0	100,00	60,00	83,33																																					
<p><i>Punto débil nº1 incremento de la tasa de abandono</i></p>	<p>Acción de mejora nº1: Fomento de la participación en el Proyecto Compañero.</p> <p>Acción de mejora nº 2: Reuniones específicas con el profesorado de primer curso.</p> <p>Acción de mejora nº3: Fomento de la participación en campeonatos deportivos extracurriculares</p>	<p>media</p>	<p>Coordinador</p>	<p>09/2024</p>		<p><b>ISGC-P04-04: Tasa de abandono</b></p> <table border="1" data-bbox="1462 1181 2213 1391"> <thead> <tr> <th></th> <th>20/21</th> <th>21/22</th> <th>22/23</th> <th>23/24</th> <th>24/25</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>ISGC-P04-11</b></td> <td>41%</td> <td>37,4%</td> <td>22,5%</td> <td>27,6%</td> <td>30,6%</td> </tr> </tbody> </table>		20/21	21/22	22/23	23/24	24/25	<b>ISGC-P04-11</b>	41%	37,4%	22,5%	27,6%	30,6%																								
	20/21	21/22	22/23	23/24	24/25																																					
<b>ISGC-P04-11</b>	41%	37,4%	22,5%	27,6%	30,6%																																					

<p>Punto débil 2: la valoración de los programas y actividades de orientación profesional.</p>	<p>Acción de Mejora 1: Realizar charlas con profesionales que expliquen cómo llegaron a sus actuales puestos de trabajo</p> <p>Acción de Mejora 2: Organización de semana del empleo, donde se invita a profesionales y a jóvenes emprendedores a que cuenten sus experiencias</p> <p>Acción de mejora nº 3: Explicar que las actividades que organizan los profesores en el pasaporte cultural, son actividades de orientación profesional</p>	<p>Media</p>	<p>Coordinador de Grado</p>	<p>09/2024</p>		<p><b>ISGC-P06-02:</b> Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional</p> <table border="1" data-bbox="1462 592 2112 679"> <thead> <tr> <th></th> <th><u>20/21</u></th> <th><u>21/22</u></th> <th><u>22/23</u></th> <th><u>23/24</u></th> <th><u>24/25</u></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>ISGC-P06-02</b></td> <td>3.04</td> <td>2.74</td> <td>2.94</td> <td>2.82</td> <td>2,95</td> </tr> </tbody> </table>		<u>20/21</u>	<u>21/22</u>	<u>22/23</u>	<u>23/24</u>	<u>24/25</u>	<b>ISGC-P06-02</b>	3.04	2.74	2.94	2.82	2,95
	<u>20/21</u>	<u>21/22</u>	<u>22/23</u>	<u>23/24</u>	<u>24/25</u>													
<b>ISGC-P06-02</b>	3.04	2.74	2.94	2.82	2,95													

# **ANEXO 1:**

# **INFORME DE INDICADORES**

**1) P01 – Difusión de la información.**

INDICADOR (TÍTULO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P01-01: Grado de satisfacción del alumnado con la información publicada del Título-Centro	3,65	3,21	3,28	3,21	3,44
ISGC-P01-02: Grado de satisfacción del PDI con la información publicada del Título-Centro	4,55	4,17	4,54	4,32	4,24
ISGC-P01-03: Grado de satisfacción del PTGAS con la información publicada de el/los Centro/s	3,78	3,87	3,3	3,66	3,67

INDICADOR (CENTRO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P01-01: Grado de satisfacción del alumnado con la información publicada del Título-Centro	3,55	3,38	3,46	3,3	3,5
ISGC-P01-02: Grado de satisfacción del PDI con la información publicada del Título-Centro	4,24	4,13	4,44	4,37	4,29
ISGC-P01-03: Grado de satisfacción del PTGAS con la información publicada de el/los Centro/s	3,78	3,87	3,3	3,66	3,67

**2) P04 – Proceso para la Gestión de los Procesos de Enseñanza-Aprendizaje: Indicadores P04 (Rendimiento)**

INDICADOR (TÍTULO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25	
ISGC-P04-01: Tasa de rendimiento	74,6%	61%	70,9%	76,6%	77,9%	
ISGC-P04-02: Tasa de éxito	81,9%	71,3%	78,4%	82%	84,6%	
ISGC-P04-03: Tasa de evaluación (también denominada Tasa de presentados)	91%	85,5%	90,5%	93,5%	92,1%	
ISGC-P04-04: Tasa de abandono	41%	37,4%	22,5%	27,6%	30,6%	
ISGC-P04-05: Tasa de graduación	26,2%	27%	42,5%	25%	27,8%	
ISGC-P04-06: Tasa de eficiencia	86,2%	85,3%	86,7%	85,2%	86,4%	
ISGC-P04-07: Duración media de los estudios	5,4	5,2	5,2	5,3	5,1	
ISGC-P04-08: Número de plazas de prácticas externas ofertadas sobre el total del alumnado que solicita prácticas externas		2,05	-	-	1,95	
ISGC-P04-09: Porcentaje de alumnado que participa en programas de movilidad	Movilidad entrante internacional	1,45%	-	-	3,73%	2,45%
	Movilidad entrante nacional	0,41%	-	-	1,24%	0,2%
	Movilidad saliente internacional	2,28%	-	-	2,28%	2,86%
	Movilidad saliente nacional	0,83%	-	-	0,62%	1,84%
ISGC-P04-10: Grado de satisfacción del alumnado con la coordinación docente	2,94	2,84	2,81	2,99	2,98	
ISGC-P04-11: Grado de satisfacción del alumnado con el proceso para la elección y realización del TFG/TFM	3,42	3,09	2,93	3,34	2,57	
ISGC-P04-12: Grado de satisfacción de los tutores académicos con las prácticas externas realizadas por los estudiantes	4,89	-	-	4,58	4,31	
ISGC-P04-13: Grado de satisfacción de los tutores de las entidades colaboradoras con el desempeño del alumnado en las prácticas externas	4,68	-	-	4,52	4,64	
ISGC-P04-14: Grado de satisfacción del alumnado con las prácticas externas realizadas	3,83	-	-	3,43	3	
ISGC-P04-15: Grado de satisfacción del alumnado que ha participado en redes de movilidad nacional e internacional, tanto entrantes como salientes	3,81	-	-	3,64	3,28	

INDICADOR (CENTRO)		2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P04-01: Tasa de rendimiento		81,1%	76,7%	79%	80,7%	79,3%
ISGC-P04-02: Tasa de éxito		88,1%	86,9%	88,7%	88,3%	87,5%
ISGC-P04-03: Tasa de evaluación (también denominada Tasa de presentados)		92,1%	88,3%	89%	91,4%	90,6%
ISGC-P04-04: Tasa de abandono		35,5%	25,3%	22%	26,2%	30,7%
ISGC-P04-05: Tasa de graduación		27,8%	34,6%	40,2%	30,6%	27,1%
ISGC-P04-06: Tasa de eficiencia		87,9%	88%	88%	88,8%	89,7%
ISGC-P04-07: Duración media de los estudios		5,36	5,13	5,23	5,33	5,19
ISGC-P04-08: Número de plazas de prácticas externas ofertadas sobre el total del alumnado que solicita prácticas externas			1,49	1,46	1,82	2,17
ISGC-P04-09: Porcentaje de alumnado que participa en programas de movilidad	Movilidad entrante internacional	1,68%	2,78%	3,65%	4,55%	3,62%
	Movilidad entrante nacional	0,31%	0,84%	1,13%	1,29%	1,09%
	Movilidad saliente internacional	4,92%	6,84%	6,11%	4,68%	6,82%
	Movilidad saliente nacional	0,68%	1,29%	1,2%	1,63%	1,77%
ISGC-P04-10: Grado de satisfacción del alumnado con la coordinación docente		3,15	3,03	2,93	2,99	3,15
ISGC-P04-11: Grado de satisfacción del alumnado con el proceso para la elección y realización del TFG/TFM		3,3	3,05	3,04	3,18	3,2
ISGC-P04-12: Grado de satisfacción de los tutores académicos con las prácticas externas realizadas por los estudiantes		4,38	4,08	4,45	4,51	4,28
ISGC-P04-13: Grado de satisfacción de los tutores de las entidades colaboradoras con el desempeño del alumnado en las prácticas externas		4,79	3,22	4,41	4,56	4,3
ISGC-P04-14: Grado de satisfacción del alumnado con las prácticas externas realizadas		3,55	3,24	3,22	3,54	3,57
ISGC-P04-15: Grado de satisfacción del alumnado que ha participado en redes de movilidad nacional e internacional, tanto entrantes como salientes		3,6	3,26	3,35	3,66	3,47

### 3) P05 – Gestión del Personal Académico: Indicadores P05 (02-07).

INDICADOR (TÍTULO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P05-02: Participación del profesorado en acciones formativas.	59,15%	51,43%	39,73%	52,24%	42,42%
ISGC-P05-03: Participación del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente.	38,03%	47,14%	39,73%	35,82%	54,55%
ISGC-P05-04: Grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia.	4,3	4,2	4,4	4,5	4,5
ISGC-P05-05: Porcentaje de profesores del título que han participado en las convocatorias del programa de evaluación de la actividad docente (Modelo DOCENTIA).	22,54%	18,57%	18,57%	22,39%	28,79%
ISGC-P05-06: Porcentaje calificaciones "EXCELENTES" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente.	56,25%	61,54%	61,54%	66,67%	36,84%
ISGC-P05-07: Porcentaje calificaciones "FAVORABLE" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente.	43,75%	38,46%	38,46%	33,33%	63,16%

INDICADOR (CENTRO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P05-02: Participación del profesorado en acciones formativas.	53,09%	43,9%	37,5%	43,64%	39,26%
ISGC-P05-03: Participación del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente.	32,1%	40,85%	39,2%	33,33%	49,69%
ISGC-P05-04: Grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia.	4,2	4,3	4,4	4,5	4,5
ISGC-P05-05: Porcentaje de profesores del título que han participado en las convocatorias del programa de evaluación de la actividad docente (Modelo DOCENTIA).	19,75%	18,29%	18,29%	15,15%	26,99%
ISGC-P05-06: Porcentaje calificaciones "EXCELENTES" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente.	75%	80%	80%	72%	50%
ISGC-P05-07: Porcentaje calificaciones "FAVORABLE" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente.	25%	20%	20%	12%	56,82%

#### 4) Gestión de los recursos para el aprendizaje y apoyo al estudiante: Indicadores P04 (Acceso) y P06.

INDICADOR (TÍTULO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P04-16: Tasa de adecuación del título (matriculados de nuevo ingreso por preinscripciones realizadas en primera opción)	43,55%	41,51%	31,68%	46,46%	42,98%
ISGC-P04-17: Tasa de ocupación del título (matriculados de nuevo ingreso por preinscripción con relación a la oferta)	99,2%	84,8%	80,8%	101,6%	91,2%
ISGC-P04-18: Tasa de preferencia del título (preinscripciones en primera opción sobre plazas ofertadas)	58,4%	108,8%	52%	68%	51,2%
ISGC-P04-19: Tasa de renovación del título o tasa de nuevo ingreso	24,27%	22,95%	20,6%	27,84%	23,77%
ISGC-P06-01: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación académica	3,24	2,6	3,1	2,91	3,22
ISGC-P06-02: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional	3,04	2,74	2,94	2,82	2,95
ISGC-P06-03: Grado de satisfacción del alumnado con los recursos materiales e infraestructuras del título	3,63	3,53	3,57	3,69	3,52
ISGC-P06-04: Grado de satisfacción del profesorado con los recursos materiales e infraestructuras del título	4,4	4,15	4,52	4,41	4,22

INDICADOR (CENTRO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P04-16: Tasa de adecuación del título (matriculados de nuevo ingreso por preinscripciones realizadas en primera opción)	53,55%	51,72%	50,15%	55,56%	52,19%
ISGC-P04-17: Tasa de ocupación del título (matriculados de nuevo ingreso por preinscripción con relación a la oferta)	83,83%	72,5%	79,76%	92,25%	91,5%
ISGC-P04-18: Tasa de preferencia del título (preinscripciones en primera opción sobre plazas ofertadas)	109,79%	115%	111,19%	112,75%	105%
ISGC-P04-19: Tasa de renovación del título o tasa de nuevo ingreso	23,91%	49,03%	39,9%	37,43%	25,65%
ISGC-P06-01: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación académica	3,26	2,95	3,31	2,99	3,27
ISGC-P06-02: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional	3,08	2,89	2,94	2,84	3,15
ISGC-P06-03: Grado de satisfacción del alumnado con los recursos materiales e infraestructuras del título	3,56	3,65	3,59	3,74	3,68
ISGC-P06-04: Grado de satisfacción del profesorado con los recursos materiales e infraestructuras del título	4,22	4,16	4,41	4,24	4,29

**5) P07 – Resultados: A) Satisfacción con la titulación (01-04).**

INDICADOR (TÍTULO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P07-01_01: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Alumnado	21,16%	24,94%	40,46%	15,02%	18,94%
ISGC-P07-01_02: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. PDI	26,58%	41,89%	28,21%	35,14%	45,83%
ISGC-P07-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título	3,46	3,32	3,38	3,46	3,37
ISGC-P07-03: Grado de satisfacción global del PDI con el título	4,3	4,28	4,38	4,04	3,91
ISGC-P07-04: Grado de satisfacción global del PAS con el Centro	3,83	3,85	3,77	3,77	3,83

INDICADOR (CENTRO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P07-01_01: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Alumnado	34,42%	36,24%	44,53%	16,71%	31,12%
ISGC-P07-01_02: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. PDI	41,15%	45,49%	32,3%	37,18%	37,13%
ISGC-P07-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título	3,62	3,48	3,47	3,39	3,64
ISGC-P07-03: Grado de satisfacción global del PDI con el título	4,12	4,01	4,25	4	4
ISGC-P07-04: Grado de satisfacción global del PAS con el Centro	3,83	3,85	3,77	3,77	3,83

**6) P07 – Resultados: B) Egresados (05-10)**

INDICADOR (TÍTULO)	AÑO DE EGRESO				
	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
ISGC-P07-01_03. Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Egresados	4,76% 3 encuestas de 63 egresados.	5,80% 4 encuestas de 69 egresados.	4,35% 3 encuestas de 69 egresados.	14,29% 9 encuestas de 63 egresados.	9,28% 9 encuestas de 97 egresados.
ISGC-P07-05: Tasa de inserción profesional en cualquier sector profesional	66,67	25,00	66,67	55,56	6,19
ISGC-P07-06: Tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados	100,00	100,00	50,00	80,00	100,00
ISGC-P07-07: Tasa de autoempleo	0	0	0	0	-
ISGC-P07-08: Tasa de inserción con movilidad geográfica	50,00	0	100,00	60,00	83,33
ISGC-P07-09: Grado de satisfacción de los egresados con los estudios realizados	2,33	3,00	2,00	3,00	2,56
ISGC-P07-10: Grado de satisfacción de los egresados con las competencias adquiridas en el título	2,33	2,75	2,00	3,00	2,33

NOTA: ISGC-P07-05 al ISGC-P07-10: Encuestas realizadas a los alumnos egresados 2 o 3 cursos antes

INDICADOR (CENTRO)	AÑO DE EGRESO				
	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
ISGC-P07-01_03. Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Egresados	6,49% 15 encuestas de 231 egresados.	8,61% 23 encuestas de 267 egresados.	6,71% 21 encuestas de 313 egresados.	16,74% 37 encuestas de 221 egresados.	10,28% 33 encuestas de 321 egresados.
ISGC-P07-05: Tasa de inserción profesional en cualquier sector profesional	66,67	30,43	61,90	54,05	7,48

ISGC-P07-06: Tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados	60,00	57,14	84,62	80,00	79,17
ISGC-P07-07: Tasa de autoempleo	10,00	0	0	0	-
ISGC-P07-08: Tasa de inserción con movilidad geográfica	30,00	71,43	69,23	50,00	78,26
ISGC-P07-09: Grado de satisfacción de los egresados con los estudios realizados	2,93	2,74	3,19	2,92	2,91
ISGC-P07-10: Grado de satisfacción de los egresados con las competencias adquiridas en el título	2,73	2,78	3,10	2,84	2,94

NOTA: ISGC-P07-05 al ISGC-P07-10: Encuestas realizadas a los alumnos egresados 2 o 3 cursos antes

## 7) P07 – Resultados: C) BAU (11-14)

INDICADOR (TÍTULO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P07-11: Número de quejas o reclamaciones recibidas respecto al número de usuarios	-	0,59%	-	0,39%	0,18%
ISGC-P07-12: Número de incidencias docentes recibidas respecto al número de usuarios	0,81%	0,2%	-	1,17%	0,9%
ISGC-P07-13: Número de sugerencias recibidas respecto al número de usuarios	-	-	-	0,19%	0,18%
ISGC-P07-14: Número de felicitaciones recibidas respecto al número de usuarios	0,2%	-	-	0,19%	0,18%

INDICADOR (CENTRO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P07-11: Número de quejas o reclamaciones recibidas respecto al número de usuarios	0,28%	0,59%	0,34%	1,32%	0,23%
ISGC-P07-12: Número de incidencias docentes recibidas respecto al número de usuarios	0,67%	1,6%	0,11%	1,09%	2,04%
ISGC-P07-13: Número de sugerencias recibidas respecto al número de usuarios	-	0,05%	-	0,06%	0,11%
ISGC-P07-14: Número de felicitaciones recibidas respecto al número de usuarios	0,17%	0,05%	-	0,63%	0,23%

# **ANEXO 2:**

## **TABLAS PERSONAL ACADÉMICO**

ANEXO II:

- 1) [Tabla Personal para impartir el título \(último año impartido\).](#)

# **ANEXO 3:**

# **TABLAS PRÁCTICA EXTERNAS**

ANEXO III:

**1) Tabla Información sobre prácticas académicas externas (último curso).**

Nº de créditos de prácticas académicas externas obligatorias:	12	Nº total de plazas ofertadas (desglosar en su caso, las plazas si se ofertan en varios idiomas):	56
Nº de créditos de prácticas optativas (de especialidad, mención o itinerario):		Nº total de plazas ofertadas (desglosar en su caso, las plazas si se ofertan en varios idiomas):	

Convenios: [https://ucadrive.uca.es/index.php/apps/files/files/35257707?dir=/SGC%20-%20FAC.%20DE%20CC.%20SS.%20Y%20DE%20LA%20COMUNICACI%3%93N/03%20DISE%3%91O%2C%20SEGUIMIENTO%20Y%20MEJORA/02.%20SEGUIMIENTO/Grado%20en%20Marketing%20e%20Investigaci%3%B3n%20de%20Mercados.%20Hist%3%B3rico%20-%20RSGC%20P03\\_03%20Autoinformes](https://ucadrive.uca.es/index.php/apps/files/files/35257707?dir=/SGC%20-%20FAC.%20DE%20CC.%20SS.%20Y%20DE%20LA%20COMUNICACI%3%93N/03%20DISE%3%91O%2C%20SEGUIMIENTO%20Y%20MEJORA/02.%20SEGUIMIENTO/Grado%20en%20Marketing%20e%20Investigaci%3%B3n%20de%20Mercados.%20Hist%3%B3rico%20-%20RSGC%20P03_03%20Autoinformes)

Denominación de la entidad	Número de Plazas ofertadas para el título	Convenio (archivo comprimido o descargable con las evidencias)	Nº personas tutoras en la entidad colaboradora diferentes
----------------------------	---	--	---

**2) Tabla. Personal académico o profesional responsable de las tutorías de las prácticas académicas externas.**

- Información sobre las personas que tutorizan las prácticas externas (último curso):

Identificación del tutor académico	Universidad / Entidad	Ámbito de Conocimiento	Categoría académica / profesional	Dedicación al título (horas)
31720406W	Universidad de Cádiz	Comunicación	Titular de Universidad	Tiempo completo
52356496D	Universidad de Cádiz	Economía	Profesor Contratado Doctor	Tiempo completo
30967765J	Universidad de Cádiz	Marketing e investigación de mercados	Profesor Ayudante Doctor	Tiempo completo
34048714C	Universidad de Cádiz	Organización de empresas	Profesor Ayudante Doctor	Tiempo completo
31655717N	Universidad de Cádiz	Organización de empresas	Profesor Colaborador	Tiempo completo
44034385B	Universidad de Cádiz	Organización de empresas	Titular de Universidad	Tiempo completo
08861952Y	Universidad de Cádiz	Comunicación	Profesor sustituto interino	Tiempo completo
28729733L	Universidad de Cádiz	Marketing e investigación de mercados	Titular de Universidad	Tiempo completo
75759694V	Universidad de Cádiz	Marketing e investigación de mercados	Titular de Universidad	Tiempo completo
31717103B	Universidad de Cádiz	Marketing e investigación de mercados	Profesor sustituto interino	Tiempo completo

31655078V	Universidad de Cádiz	Economía	Titular de Universidad	Tiempo completo
75747188T	Universidad de Cádiz	Marketing e investigación de mercados	Profesor Ayudante Doctor	Tiempo completo
48897716S	Universidad de Cádiz	Economía	Profesor Contratado Doctor	Tiempo completo
30198195T	Universidad de Cádiz	Economía	Titular de Universidad	Tiempo completo
31646817J	Universidad de Cádiz	Contabilidad y Finanzas	Titular de Universidad	Tiempo completo
28907441Y	Universidad de Cádiz	Matemáticas	Titular de Universidad	Tiempo completo
31645347S	Universidad de Cádiz	Contabilidad y Finanzas	Profesor Colaborador	Tiempo completo
31852770R	Universidad de Cádiz	Marketing e investigación de mercados	Profesor Ayudante Doctor	Tiempo completo

# **ANEXO 4:**

# **TABLA CALIFICACIONES GLOBALES**

**ANEXO IV: Información sobre calificaciones globales del título y por asignaturas y tipo de enseñanza.**

Asignatura	% No Presentados	% Suspenso	% Aprobados	%Aprobados Compensación	%Notables	%Sobresalientes	%Matriculas Honor
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	8	0	37	0	53	0	2
COMUNICACIÓN COMERCIAL I	0	1	10	0	83	3	3
COMUNICACIÓN COMERCIAL II	4	8	73	0	14	1	0
CREACIÓN DE EMPRESAS	2	0	55	0	37	5	2
CREATIVIDAD Y CASOS PRÁCTICOS EN MARKETING	0	8	24	0	68	0	0
DERECHO EMPRESARIAL I	19	6	65	0	9	0	0
DERECHO EMPRESARIAL II	3	1	31	0	56	9	0
DIRECCIÓN DE EMPRESAS	28	11	51	0	9	1	0
DIRECCIÓN DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA EL MARKETING	0	0	63	0	38	0	0
DIRECCIÓN DE MARKETING	14	8	50	0	27	0	0
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL I	0	0	10	0	82	8	0
DISTRIBUCIÓN COMERCIAL II	1	0	18	0	61	16	4
ECONOMÍA	27	26	43	0	4	1	0
ESTADÍSTICA	26	10	41	0	20	3	0
ESTADÍSTICA AVANZADA	13	9	51	0	23	2	1
FUERZA DE VENTAS	0	0	21	0	74	5	0

FUNDAMENTOS DE CONTABILIDAD FINANCIERA	27	18	32	0	20	0	2
FUNDAMENTOS DE MARKETING INTERNACIONAL	0	0	52	0	39	6	3
GESTIÓN Y PROCESO DE DATOS	0	0	22	0	62	11	4
HABILIDADES COMUNICATIVAS, EMOCIONALES Y DE NEGOCIACIÓN	6	3	53	0	34	3	0
HERRAMIENTAS DE MARKETING DIGITAL	4	0	13	0	41	43	0
HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS PARA LA PUBLICACIÓN WEB	0	0	0	0	66	31	3
HISTORIA ECONÓMICA	13	3	63	0	22	0	0
INGLÉS APLICADO AL MARKETING	0	0	50	0	45	5	0
INSTRUMENTOS PARA EL ANÁLISIS DEL ENTORNO ECONÓMICO	29	14	46	0	9	1	1
INTRODUCCIÓN A LA ECONOMÍA DE LA EMPRESA	7	10	75	0	8	0	0
INTRODUCCIÓN A LAS FINANZAS EMPRESARIALES	19	19	52	0	10	1	0
INTRODUCCIÓN AL E-MARKETING	0	0	10	0	69	19	2
INTRODUCCIÓN AL MARKETING	2	0	67	0	31	0	0
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I	8	3	61	0	24	3	0
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II	20	11	60	0	8	1	0
MACROECONOMÍA	42	15	24	1	14	3	1
MARKETING NO LUCRATIVO	8	5	59	0	29	0	0
MARKETING SECTORIAL	0	1	11	0	67	20	1
MATEMÁTICAS	17	5	50	0	23	5	0
MICROECONOMÍA	26	16	49	0	9	0	0
MÉTODOS ESTADÍSTICOS MULTIVARIANTES	18	13	53	0	14	2	0

PLAN DE MARKETING	0	0	17	0	67	13	3
PRODUCTO Y PRECIO	0	5	73	0	18	4	0
PRÁCTICA EN EMPRESAS	15	0	9	0	12	65	0
REDES DE COMPUTADORAS Y APLICACIONES DE COMUNICACIÓN	0	0	0	0	70	30	0
SOCIOLOGÍA DEL TRABAJO Y DE LAS RELACIONES LABORALES	0	0	25	0	75	0	0
SOCIOLOGÍA Y TÉCNICAS CUALITATIVAS DE INVESTIGACIÓN APLICADAS AL CONSUMO	8	0	65	0	23	4	0
TRABAJO FIN DE GRADO	8	0	8	0	50	18	3
TRADE MARKETING	0	2	28	0	58	11	2