



## **Autoinforme de seguimiento curso 20/21 (Convocatoria febrero 2022)**

**GRADO EN: MARKETING E INVESTIGACIÓN DE  
MERCADOS**

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

<b>Elaborado:</b>	<b>Aprobado:</b>
Comisión de Garantía de Calidad del Centro	Junta de centro
Fecha: 31/01/2022	Fecha: 31/01/2022

**DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO**

Universidad	Universidad de 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://bit.ly/2CKUYSd">https://bit.ly/2CKUYSd</a>	
Oferta de título doble	<b>SÍ</b>	X
	<b>NO</b>	
En su caso, especificar la/las titulación/es y el/los centro/s	Doble Grado en Marketing e Investigación de Mercados y Turismo (Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación) Doble Grado en Publicidad y RRPP y Marketing e Investigación de Mercados (Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación)	
Modalidad de enseñanza (presencial, semipresencial-híbrida, virtual, a distancia)	Presencial	
Fecha de verificación	30/06/2010	
En su caso, fecha de la última modificación aprobada	29/04/2021	
En su caso, fecha de la última renovación de la acreditación	23/06/2017	
Sistema de Garantía de Calidad	Centro	X
	Título	

**APLICACIONES PARA LA GESTIÓN DOCUMENTAL Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN.**

Relación de aplicaciones y herramientas:

APLICACIÓN O HERRAMIENTA	URL	USUARIO	CLAVE
Espacio COLABORA (evidencias)	<a href="https://colabora.uca.es">https://colabora.uca.es</a>	evgramarketing	c201922
Sistema de Información	<a href="https://sistemadeinformacion.uca.es">https://sistemadeinformacion.uca.es</a>	acredita	acredita592

**1) INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE (IPD): WEB**
**Análisis y Valoración:**

INDICADOR (TÍTULO)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P01-01: Grado de satisfacción del alumnado con la información publicada del Título-Centro	3,11	3,24	3,12	-	3,65
ISGC-P01-02: Grado de satisfacción del PDI con la información publicada del Título-Centro	4,42	4,56	4,35	-	4,55
ISGC-P01-03: Grado de satisfacción del PAS con la información publicada de el/los Centro/s	3,38	3,47	3,64	-	3,78

INDICADOR (CENTRO)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P01-01: Grado de satisfacción del alumnado con la información publicada del Título-Centro	3,35	3,48	3,34	-	3,55
ISGC-P01-02: Grado de satisfacción del PDI con la información publicada del Título-Centro	4,48	4,37	4,41	-	4,24
ISGC-P01-03: Grado de satisfacción del PAS con la información publicada de el/los Centro/s	3,38	3,47	3,63	-	3,78

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 procedimiento P01 - Difusión de la Información (<https://bit.ly/3FCWV19>), teniendo en cuenta las necesidades detectadas, en su caso, en los Informes de la DEVA y el informe resultante de la auditoría interna realizada por la Inspección General de Servicio sobre la IPD.

La información pública del grado se elabora de acuerdo con el protocolo específico de evaluación de la información pública disponible detallado en el Anexo II de la Guía para el Seguimiento de los Títulos Universitarios Oficiales de Grado y Máster (versión 05, de junio de 2021). Esta información 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. Además, la información siempre aparece con su fecha de actualización, para que los públicos conozcan el momento en el que se ha publicado.

La información que se publica del título cumple con lo exigido por DEVA, como lo demuestran las auditorías que se han ido realizando de manera selectiva cada año por la Inspección General de Servicios de la UCA, así como la satisfacción de profesorado y estudiante y PAS que puede ser consultada con más detalle en <https://bit.ly/3b5huDK>.

Si tenemos en cuenta los cambios provocados por la crisis de la Covid-19, tanto el profesorado (4,55), como el alumnado (3,65) consideran que la información recibida a través de los distintos canales de difusión ha sido adecuada y se encuentran muy satisfechos con la información pública disponible.

**Apartado COVID:**

Por otro lado, Desde la Declaración del Estado de Alarma el 14 de marzo de 2020, la Universidad ha informado puntualmente de todas aquellas normativas, acuerdos, procedimientos, protocolos o instrucciones adoptadas con motivo de la pandemia y la consecuente transformación de la docencia presencial a virtual. Para ello se habilitó un enlace específico para la transmisión y difusión de esta información: <https://www.uca.es/coronavirus/>.

Además de esta información de carácter general para toda la comunidad universitaria de la UCA, en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación y en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados se ha informado a su colectividad universitaria a través de: <https://ccsociales.uca.es/informacion-covid/>.

Igualmente, se ha enviado información a través del canal de información institucional de correo electrónico (conocidos como Taviras) a todos los grupos de interés, el Campus Virtual de coordinación del Grado (creado adhoc para mantener una comunicación directa con el alumnado), así como canales informales tales como las RRSS del Grado y mensajería móvil con los

alumnos delegados. Igualmente, el profesorado ha mantenido informado a sus estudiantes mediante los distintos canales de comunicación abiertos para ello a través del campus virtual y correos electrónicos.

**Puntos Fuertes:**

Nivel de Satisfacción muy alto de todos los públicos (alumnado, PDI y PAS) con la información pública disponible

## 2) APLICACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE LA CALIDAD

### Análisis y Valoración:

La Universidad de Cádiz (UCA), diseñó en 2008 un Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC) para todos sus centros y títulos, siendo certificado este diseño en el año 2010 por su alineación con los criterios del Programa AUDIT.

Esta primera versión se ha revisado y actualizado a lo largo de los años en base a las experiencias acumuladas, así como para dar respuesta a las diferentes normativas o protocolos de evaluación. [La última de estas revisiones, V3.0, se aprobó en Consejo de Gobierno el 28 de junio de 2021](#) entrando el SGC en vigor el 1 de octubre del mismo año. Todas las versiones de este Sistema se encuentran publicadas en el siguiente enlace: <https://ucalidad.uca.es/versiones-antiores-del-sgc/>

Desde diciembre de 2008 y hasta septiembre de 2021, la Universidad de Cádiz ha contado con un Gestor Documental que ha venido recogiendo los procedimientos propios del SGC hasta su versión 2.0, así como el registro de los distintos documentos que han emanado del mismo. Sin embargo, esta herramienta se muestra insuficiente como soporte único para la gestión de los documentos y evidencias de la versión 3.0 del SGC, con un enfoque hacia la Acreditación Institucional de todos sus centros. Por ello, para la gestión de registros y evidencias la Universidad de Cádiz cuenta actualmente con un sistema que combina el Gestor Documental antes indicado, el Sistema de Información de la UCA y el espacio COLABORA, a fin de poder dar respuesta tanto al proceso de Certificación de los SGC de los centros como a los de Seguimiento y Renovación de la Acreditación de los títulos.

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 SCG 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 DEVA, son objeto de observancia continua por parte de la CGC con el fin de mejorar la calidad de sus titulaciones.

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://ccsociales.uca.es/politica-de-calidad-del-centro/>

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.
- 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, como por ejemplo la satisfacción con la información pública; las tasas de adecuación, ocupación y preferencia de la titulación; las tasas de éxito o de evaluación o la satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional y que son fruto de las acciones de mejora emprendidas para ello así como 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 <http://bit.ly/2tgzDxV> y en la documentación disponible en gestor documental del Sistema de Garantía de Calidad <https://gestdocsgic.uca.es/>. De esta forma se hace una valoración positiva del mismo.

### Apartado COVID

Como consecuencia de la pandemia producida por Covid-19, el Consejo de Gobierno de la Universidad de Cádiz (UCA) aprobó una Adenda a los SGCs de los títulos oficiales que imparte (<https://bit.ly/3iwhouc>), que establecía el modo en que la UCA y sus centros debían adaptar los procedimientos del SGC de los títulos al nuevo escenario. Su principal objetivo fue garantizar el adecuado desarrollo de los procesos de enseñanza-aprendizaje, así como la adquisición por parte de los estudiantes de los conocimientos y competencias propias de las enseñanzas impartidas en el título durante este periodo.

Al amparo de esta adenda, fueron múltiples las decisiones que se tomaron en relación con el seguimiento y evaluación de los títulos, tanto en el ámbito de la UCA en su conjunto como en el propio centro. Una de estas decisiones fue que las encuestas de satisfacción con el título dirigidas a los distintos grupos de interés fueron aplazadas o sustituidas a fin de obtener información que permitiese realizar un mejor análisis, tanto de las actuaciones llevadas a cabo durante la situación de pandemia como del grado de satisfacción de los distintos grupos de interés. Dichas encuestas fueron elaboradas en el seno de la Asociación de Universidades Públicas Andaluzas con la colaboración de la Dirección de Evaluación y Acreditación de la Agencia Andaluza del Conocimiento (DEVA-AAC). Como consecuencia de ello, no se dispone de algunos indicadores contemplados por el SGC, para el curso 2019/2020 de los títulos para el seguimiento y evaluación de estos. Los resultados de esta encuesta se encuentran publicados en el S.I. de la Universidad

A nivel de Centro, la Comisión de Garantía de Calidad ha tomado las siguientes decisiones, motivadas por la pandemia, en el curso 2020/2021:

- Reunirse cuantas veces ha sido oportuno para abordar y dar solución a los distintos problemas planteados ante la situación de alerta sanitaria.
- Creación en la web del Centro de un apartado propio relativo a información COVID 19 relacionada con la docencia de los títulos (<https://ccsociales.uca.es/informacion-covid/>).
- Los coordinadores han intensificado su contacto con los estudiantes, que en todo momento les han mantenido informado de la evolución de la docencia, resolviendo todos los problemas que han ido surgiendo.
- Definición en cada momento según el escenario existente de las modalidades de exámenes y sistemas de docencias alternativos al presencial, intentando garantizar en todo momento la calidad de la docencia y la evaluación.
- Definición del sistema para el seguimiento y defensa de los TFG.
- Establecimiento de las directrices para la elaboración de los planes de contingencia de las asignaturas, análisis de las mismas y su posterior aprobación.
- Seguimiento de las prácticas en empresas para garantizar a los estudiantes la realización de las mismas y el logro de los créditos correspondientes.
- Seguimiento de la movilidad, que aún en estas circunstancias se ha llevado a cabo.
- Facilitar al profesorado y estudiantes los recursos e infraestructuras necesarios ante esta situación (entre otros, la instalación de cámaras en las aulas para la importación de clases en la modalidad semipresencial). En este sentido la CGC aprobó las normas propias del Centro para el desarrollo de la docencia en consonancia con lo establecido tanto en las de la Universidad como las del Campus de Jerez donde se encuentra el Centro (<https://ccsociales.uca.es/informacion-covid/guias-rapidas-de-actuacion/>).

Todo ello nos lleva a hacer una valoración positiva de las actuaciones y decisiones de la CGC ante la situación de emergencia sanitaria debido al COVID 19 con el objetivo de definir el modo en que la Universidad de Cádiz y sus Centros adaptan los procedimientos del SGC de los títulos a este nuevo escenario para garantizar el desarrollo e implantación de los procesos de enseñanza-aprendizaje, así como la adquisición por parte de los estudiantes de los conocimientos y competencias propias de las enseñanzas impartidas durante este periodo de todos los títulos de la UCA. La UCA toma las decisiones oportunas y necesarias en cada momento a lo largo del periodo de duración de la pandemia de Covid-19, así como informa a los centros y a todos sus grupos de interés.

Igualmente, el profesorado responsable de las asignaturas del Grado elaboró un plan de contingencia con los sistemas alternativos de docencia y evaluación a implementar en función de la situación sanitaria provocada por la pandemia y que, una vez aprobadas en CGC, y publicadas como adjunto a la ficha de las asignaturas.

Los 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.

En situaciones de excepcionalidad en la que el normal desarrollo e implantación de los títulos se vea alterada, esta Adenda a los SGCs de los Títulos de la UCA permite actuar sobre los mismos, posibilitando la toma de decisiones sobre los procedimientos y el Manual de Calidad.

**Puntos Fuertes:**

Nuestro Sistema de Garantía de Calidad nos permite, a partir de los distintos procedimientos llevados a cabo (<https://gestdocsgic.uca.es/login>) y en especial los autoinformes de seguimiento (RSGC-P14-01), planes de mejora, así como de los informes recibidos por DEVA, detectar una serie de desviaciones y debilidades sobre las que hemos emprendido acciones de mejoras con resultados satisfactorios. Prueba de ello, por ejemplo, ha sido la mejora en indicadores de satisfacción o movilidad entre otros.

El Sistema de Garantía de Calidad ha cumplido con su objetivo de contribuir al correcto desarrollo del título, así como a su continua mejora. Sistema de Garantía de Calidad en continua mejora con unos instrumentos y plataformas (gestor documental, sistema de información de la UCA, plataforma de gestión de títulos, COLABORA) que facilitan su seguimiento.

El Sistema de Garantía de Calidad ha alcanzado un importante nivel de madurez e implantación en el Centro, con la consiguiente mejora del nivel de Calidad de los títulos

Fecha del informe DEVA (Especificar qué tipo de informe DEVA) (*)	Recomendaciones recibidas	Acciones de mejora para dar respuesta a estas recomendaciones
Informe de seguimiento del plan de mejora 13/07/2021	Recomendación 9: Se recomienda mejorar los indicadores generados y difundidos desde el SGC procedentes de datos de encuesta, con información sobre el tamaño y representatividad de la muestra, así como sondear la opinión del PAS y los empleadores en relación a los aspectos de la titulación en los que están implicados. En particular, es importante disponer de la valoración del colectivo de empleadores sobre las competencias adquiridas por los estudiantes	Acción de mejora 1: Propuesta de una encuesta para empleadores que profundice en cómo valora el colectivo de empleadores las competencias adquiridas por los estudiantes durante su formación y envío de las mismas a las empresas que participan en el programa de prácticas curriculares

(\*) Informe de verificación, modificación, seguimiento o renovación de la acreditación.

**3) DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA**
**Análisis y Valoración:**

INDICADOR (GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS)		2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P04-01: Tasa de rendimiento		66,68%	69%	66,96%	81,61%	74,6%
ISGC-P04-02: Tasa de éxito		76,8%	80%	77,49%	89,92%	81,9%
ISGC-P04-03: Tasa de evaluación (también denominada Tasa de presentados)		86,82%	87%	86,41%	90,75%	91%
ISGC-P04-04: Tasa de abandono		30,8%	41,82%	48,18%	42,62%	41,3%
ISGC-P04-05: Tasa de graduación		25,6%	24,5%	20%	18,9%	9,8%
ISGC-P04-06: Tasa de eficiencia		88,8%	86,72%	82,39%	82,18%	85,2%
ISGC-P04-07: Duración media de los estudios		4,98	5,11	5,52	5,57	5,4
ISGC-P04-08: Número de plazas de prácticas externas ofertadas sobre el total del alumnado que solicita prácticas externas		-	-	-	-	2,05
ISGC-P04-09: Porcentaje de alumnado que participa en programas de movilidad	Movilidad entrante internacional	4,3%	3,13%	3,16%	1,51%	1,45%
	Movilidad entrante nacional	-	-	0,46%	0,65%	0,41%
	Movilidad saliente internacional	1,1%	2,01%	2,56%	2,19%	2,28%
	Movilidad saliente nacional	-	-	1,86%	2,19%	0,83%
ISGC-P04-10: Grado de satisfacción del alumnado con la coordinación docente		2,45	2,71	2,39	-	2,94
ISGC-P04-11: Grado de satisfacción del alumnado con el proceso para la elección y realización del TFG/TFM		2,49	2,78	2,86	-	3,42
ISGC-P04-12: Grado de satisfacción de los tutores académicos con las prácticas externas realizadas por los estudiantes		4,18	-	4,46	5	4,89
ISGC-P04-13: Grado de satisfacción de los tutores de las entidades colaboradoras con el desempeño del alumnado en las prácticas externas		7,9	4,63	4,79	4,7	4,68
ISGC-P04-14: Grado de satisfacción del alumnado con las prácticas externas realizadas		4,26	4,23	4,34	4,29	3,83
ISGC-P04-15: Grado de satisfacción del alumnado que ha participado en redes de movilidad nacional e internacional, tanto entrantes como salientes		2,7	2,87	3,04	-	3,81

INDICADOR (DOBLE GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y TURISMO)		2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P04-01: Tasa de rendimiento		83,78%	-	79,42%	86,36%	78,2%
ISGC-P04-02: Tasa de éxito		87,97%	-	87,92%	93,41%	84,9%
ISGC-P04-03: Tasa de evaluación (también denominada Tasa de presentados)		95,24%	-	90,33%	92,46%	92,1%
ISGC-P04-04: Tasa de abandono		-	-	-	-	22,2%
ISGC-P04-09: Porcentaje de alumnado que participa en programas de movilidad	Movilidad entrante internacional	-	-	-	-	-
	Movilidad entrante nacional	-	-	-	-	-
	Movilidad saliente internacional	1,1%	9,28%	7,07%	7,62%	2,63%
	Movilidad saliente nacional	-	-	2,02%	-	1,75%

INDICADOR (DOBLE GRADO EN PUBLICIDAD Y RRPP Y MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	
<b>ISGC-P04-01: Tasa de rendimiento</b>	93,6%	92%	90,51%	96,23%	95,7%	
<b>ISGC-P04-02: Tasa de éxito</b>	97,99%	96%	94,92%	99,05%	98,7%	
<b>ISGC-P04-03: Tasa de evaluación (también denominada Tasa de presentados)</b>	95,52%	96%	95,35%	97,15%	97%	
<b>ISGC-P04-04: Tasa de abandono</b>	-	-	-	-	5%	
<b>ISGC-P04-09: Porcentaje de alumnado que participa en programas de movilidad</b>	Movilidad entrante internacional	-	-	-	-	
	Movilidad entrante nacional	-	-	-	-	
	Movilidad saliente internacional	4,5%	5,83%	9,71%	14,02%	6,54%
	Movilidad saliente nacional	-	-	2,78%	-	2,8%

INDICADOR (CENTRO)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21	
<b>ISGC-P04-01: Tasa de rendimiento</b>	78,28%	76%	76,19%	85,6%	81,1%	
<b>ISGC-P04-02: Tasa de éxito</b>	86,52%	86%	85,72%	93,05%	88,1%	
<b>ISGC-P04-03: Tasa de evaluación (también denominada Tasa de presentados)</b>	90,48%	89%	88,88%	91,99%	92%	
<b>ISGC-P04-04: Tasa de abandono</b>	24,47%	31,61%	34,63%	35,2%	35,6%	
<b>ISGC-P04-05: Tasa de graduación</b>	36,0%	32,0%	34,0%	32,0%	14,0%	
<b>ISGC-P04-06: Tasa de eficiencia</b>	91,1%	90,33%	88,34%	88,06%	87,5%	
<b>ISGC-P04-07: Duración media de los estudios</b>	4,85	4,98	5,25	5,52	5,4	
<b>ISGC-P04-08: Número de plazas de prácticas externas ofertadas sobre el total del alumnado que solicita prácticas externas</b>	-	-	-	-	1,49	
<b>ISGC-P04-09: Porcentaje de alumnado que participa en programas de movilidad</b>	<b>Movilidad entrante internacional</b>	2%	4,37%	1,71%	1,18%	1,68%
	<b>Movilidad entrante nacional</b>	0,2%	0,49%	0,25%	0,56%	0,31%
	<b>Movilidad saliente internacional</b>	0,4%	-	1,23%	2,06%	4,92%
	<b>Movilidad saliente nacional</b>	2,9%	3,93%	4,72%	5%	0,68%
<b>ISGC-P04-10: Grado de satisfacción del alumnado con la coordinación docente</b>	2,59	2,65	2,69	-	3,15	
<b>ISGC-P04-11: Grado de satisfacción del alumnado con el proceso para la elección y realización del TFG/TFM</b>	2,8	2,98	3	-	3,3	
<b>ISGC-P04-12: Grado de satisfacción de los tutores académicos con las prácticas externas realizadas por los estudiantes</b>	-	4,51	4,31	4,4	4,38	
<b>ISGC-P04-13: Grado de satisfacción de los tutores de las entidades colaboradoras con el desempeño del alumnado en las prácticas externas</b>	-	4,6	4,54	4,68	4,79	
<b>ISGC-P04-14: Grado de satisfacción del alumnado con las prácticas externas realizadas</b>	-	4,26	4,26	4,67	3,55	
<b>ISGC-P04-15: Grado de satisfacción del alumnado que ha participado en redes de movilidad nacional e internacional, tanto entrantes como salientes</b>	2,9	2,94	3,19	-	3,6	

El número de alumnos matriculados durante este curso académico es de 482 en el grado en Marketing e Investigación de Mercados; 133 en el doble grado de Publicidad Y RR. PP y Marketing; y 114 en el doble grado de en Marketing e Investigación de Mercados y Turismo. Debido a la emergencia sanitaria, la docencia no pudo desarrollarse de manera presencial y se realizó

siguiendo los dos escenarios previstos en el plan de contingencia que se elaboró junto con las fichas de las asignaturas para el curso 20-21. Estos planes de contingencia contenían información sobre los porcentajes en las actividades formativas y el sistema de evaluación en modo presencial, semipresencial y no presencial y fueron aprobados por la Comisión de Garantía de Calidad. Debido a la pandemia no hubo la opción de modalidad 100% presencial en todo el curso. Sí se impartió docencia en modalidad semipresencial tanto en el primer como en el segundo cuatrimestre. Para ello se dividieron los grupos de alumnos en dos. Cada semana asistía de manera presencial a clase uno de los grupos y el otro permanecía en casa y atendía las clases a través de videoconferencia (todas las aulas contaban con cámaras que se habían instalado expresamente para poder desarrollar la docencia bajo este sistema). Durante los periodos en los que no era posible acceder al campus se mantuvo el sistema de no presencialidad y se impartieron las clases a través de la herramienta de google meet del Campus Virtual de cada asignatura. Podemos afirmar que, pese a las dificultades y aunque los docentes tuvieron que adaptarse al sistema de docencia que marcaba la pandemia, no se han detectado incidencias en cuanto a las competencias, resultados de aprendizaje, contenidos, etc. Por otro lado, todos estos cambios que se fueron produciendo en los sistemas de impartición de la docencia fueron aprobados en Comisión de Garantía de la Calidad y los alumnos fueron debidamente informados. Por tanto, y pese a la situación de pandemia, el grado de cumplimiento con la planificación de la enseñanza definida tanto en la memoria como en los planes de contingencia elaborados expresamente para paliar las dificultades derivadas de la Covid-19 ha sido óptimo. Igualmente, no se han detectado incidencias en el plan de estudios en cuanto a la aplicación de contenidos, sistemas de evaluación, metodologías, acciones formativas.

En relación al doble grado Marketing e Investigación de Mercados y Turismo, el plan de estudios y el itinerario curricular se articula de la siguiente manera:

CURSO	CRÉDITOS	MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (M.I.M.)	TURISMO
1º	72	60 Básicos	
			12 Obligatorios
2º	66	54 Obligatorios	12 Obligatorios
3º	60	48 Obligatorios	12 Obligatorios
4º	60	42 Obligatorios	
		18 Optativos	
5º	54	6 Obligatorios	12 Obligatorios + 12 Prácticas en empresas
		6 Trabajo fin de grado*	6 Trabajo fin de grado*
		12 Optativos	
<b>Total</b>	<b>312</b>		

ASIGNATURA	CARÁCTER	CRED.	ASIGNATURA	CARÁCTER	CRED.
1º Semestre			2º Semestre		
Derecho Empresarial I	BAS	6	Estadística	BAS	6
Economía	BAS	6	Introducción al Marketing	BAS	6
Introducción a la Economía de la Empresa	BAS	6	Microeconomía	BAS	6
Matemáticas	BAS	6	Operaciones y proceso en empresas turísticas	BAS	6
Recursos Territoriales Turísticos	BAS	6	Fundamentos de finanzas y contabilidad	BAS	6
Inglés Turístico I	OBL	6	Inglés Turístico II	OBL	6
3º Semestre			4º Semestre		
Estadística Avanzada	OBL	6	Métodos Estadísticos Multivariantes	OBL	6
Macroeconomía	OBL	6	Marketing No Lucrativo	OBL	6
Dirección de Marketing	OBL	6	Instrumentos para el Análisis del Entorno Económico	OBL	6
Derecho Empresarial II	OBL	6	Comportamiento del Consumidor	OBL	6
Dirección de Empresas	OBL	6	Estructura de Mercados Turísticos	OBL	6
Inglés Turístico III	OBL	6			
5º Semestre			6º Semestre		
Investigación de Mercados I	OBL	6	Investigación de Mercados II	OBL	6
Precio y Producto	OBL	6	Marketing Sectorial	OBL	6
Distribución Comercial I	OBL	6	Distribución Comercial II	OBL	6
Comunicación Comercial I	OBL	6	Comunicación Comercial II	OBL	6
Francés/Alemán Turístico I	OBL	6	Francés/Alemán Turístico II	OBL	6
7º Semestre			8º Semestre		
Sistemas Informáticos Aplicados al Turismo	OBL	6	Gestión de Empresas Turísticas de Intermediación	OBL	6
Gestión y Análisis Financiero	OBL	6	Marco Internacional y Europeo del Turismo	OBL	6
Gestión de Empresas Turísticas de Alojamiento	OBL	6	Patrimonio Cultural II	OBL	6
Patrimonio Cultural	OBL	6	OPTATIVA 3	OPT	6
OPTATIVA 1	OPT	6			
OPTATIVA 2	OPT	6			
9º Semestre			10º Semestre		
Política y Planificación Turística	OBL	6	Planificación Territorial y Turismo Sostenible	OBL	6
Prácticas en Empresas				PE	12
Trabajo de Fin de Grado				TFG	6
Trabajo de Fin de Grado				TFG	6
Creación de empresas				OBL	6
OPTATIVA 4	OPT	6	OPTATIVA 5	OPT	6

TURISMO
M.J.M.
AMBOS

BAS. Básica. OBL. Obligatoria. OPT. Optativa. TFG. Trabajo Fin de Grado

Con este itinerario se garantiza que los estudiantes adquieren las competencias y alcanzan los resultados de aprendizaje específicos de cada una de las titulaciones que integran el programa, a través de las actividades formativas, recursos humanos y materiales, servicios de apoyo y prácticas externas específicas de cada una de las titulaciones que cursen. En relación al número máximo de créditos a matricular, se fija en 72 por curso lectivo del programa.

Para este grado, se ofertan 30 plazas de nuevo ingreso, de las que se han cubierto para el curso 20/21, 29. El procedimiento de admisión es el mismo que el del resto de títulos de las universidades andaluzas. Desde el punto de vista del desarrollo docente y la organización de los grupos de clase, los alumnos del doble grado se integran en las clases con los compañeros de las titulaciones simples MIM y Turismo en su caso, por lo que no tienen un grupo único ni un horario independiente al de las titulaciones simples, si bien, en el caso de los desdoblados prácticos en aquellas asignaturas que los tienen se les da preferencia a la hora de la elección horaria. En cuando a la elaboración y defensa de los TFGs, estos alumnos tienen dos posibilidades, o realizar un TFG para cada grado (uno para MIM y otro para Turismo) con un tutor que imparta docencia en dichas titulaciones para cada uno de los trabajos o realizar un único TFG doble, en el que se unan ambos campos científicos con dos tutores -en este trabajo, los alumnos deben entregar un TFG con un mínimo de 60 páginas (para el TFG individual la exigencia es de 30-. Desde el punto de vista de la defensa, en el caso de que el alumno haya optado por hacer dos TFGs, deberá defender cada uno de ellos en los tribunales que le correspondan (una defensa para MIM y otra defensa para turismo). En el otro caso, se monta un tribunal para los alumnos que defienden un TFG único (en este caso el tribunal está compuesto por 4 profesores -la normativa marca 3 profesores para el otro caso-).

Si pasamos al análisis de los indicadores del curso 20/21, desde el punto de vista de la evaluación del alumnado, que se sigue viendo afectada por la situación sanitaria que provocó que se aplicasen los sistemas de evaluación alternativos planteados en los planes de contingencia de las asignaturas (docencia semipresencial) hay que señalar que tanto para el GMIM como para los dobles grados, las tasas de rendimiento, éxito y evaluación se sitúan en niveles altos ofreciendo un valor que está en línea al de centro y universidad. En el caso de GMIM, por su parte, la tasa de eficiencia mejora en tres puntos y sigue siendo muy

positiva. Por su parte, los niveles para el doble grado en Publicidad y RRPP y Marketing e IM son muy altos en todos los indicadores.

Otro aspecto que requiere un análisis es la tasa de graduación. El dato sigue situándose por debajo de la media del centro por lo que se debe seguir insistiendo en las medidas vinculadas al desarrollo y defensa de los TFGs mediante la realización de actividades que fomenten la defensa de los mismos, pues es de las asignaturas con una tasa de rendimiento inferior a la media de la titulación pese a que su tasa de éxito es del 100%. Este hecho incide de manera directa en la tasa de graduación del título, ya que una gran parte del alumnado acaba trasladando la realización del Trabajo Fin de Grado a cursos posteriores priorizando el superar todos los créditos vinculados a asignaturas tradicionales y a las prácticas de empresa, y retrasando, en consecuencia, la elaboración y defensa del trabajo fin de grado a los cursos siguientes y, por tanto, su graduación definitiva. Como decimos, esto se puede comprobar al analizar el dato relativo a la tasa de rendimiento de la asignatura TFG, que se sitúa para el curso 2020-2021 en el 0,5.

Otro aspecto de interés es que, a pesar de la situación de pandemia, el indicador que mide la tasa de abandono ha vuelto a mejorar, disminuyendo el valor por segunda vez consecutiva en los últimos cursos, si bien sigue presentando un valor superior a la media del centro y de la universidad, y se mantiene por encima de los valores previstos en la Memoria ( $20.0 \pm 5\%$ ). En el caso de los dobles grados este indicador es mucho más positivo y se sitúa en el 22% en el doble grado MIM-turismo, y un 5% en el doble grado publicidad-MIM.

Si bien se trata de un problema que afecta a toda la universidad, en el caso concreto de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, en el curso 2015/2016 se llevó a cabo un estudio para analizar las causas que explican un nivel tan alto del indicador y poder tomar medidas y ejecutar acciones de mejora (Informe sobre las actuaciones realizadas para el estudio de la tasa de abandono <https://goo.gl/6Ymnaj>). En esta acción de mejora llevada se especificaba que el abandono de los estudios por parte de los estudiantes se concentra en la transición del primer curso al segundo y está causado, entre otros motivos por problemas de índole económica.

Además de este primer estudio, en el curso 2016/2017 se mantuvieron reuniones informales con los alumnos del primer curso para profundizar en los motivos de abandono y se pudo comprobar como la estructura del título, especialmente en el primer curso, dificulta la motivación de los alumnos pues tan solo se imparte una asignatura relacionada de manera directa con el Marketing y es en el segundo cuatrimestre, lo que hace que los alumnos no se vinculen al grado y no acaben de verse identificados con los estudios que están cursando.

Esto motivó la puesta en marcha de una batería de acciones de mejora que se pueden comprobar en el apartado correspondiente y si bien, aún poniendo en práctica las mismas, en los cursos 17/18 y 18/19 el indicador siguió empeorando, ya en el curso 19/20 este índice mejoró sustancialmente, y en el 20/21 lo ha vuelto a hacer, lo que no significa que no siga siendo alto y que haya que seguir fomentando acciones para mejorar este indicador.

En este sentido, en el curso 19/20 se desarrolló otra acción avalada (basada en el desarrollo de la metodología de Focus Group con alumnos de la titulación) para seguir investigando los motivos de abandono y detectar las principales causas que hacen que los alumnos dejen los estudios en el primer curso y que, a su vez, plantearan propuestas de mejora a implementar en el título.

Así mismo, también en este curso 20/21 se aprobó la modificación del itinerario curricular del grado, y que basado en la percepción del alumnado de 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, 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 comenzará a implantarse en el curso 21/22, por lo que habrá que esperar a que se vaya desarrollando este proceso de implantación para ver sus efectos en esta tasa de abandono.

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 el campus virtual <https://bit.ly/2Uv2pDK>. 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. 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.

Respecto a la satisfacción de los grupos de interés con el desarrollo de las prácticas del título, señalar que los resultados de los indicadores alcanzan valores muy positivos y en línea con los obtenidos por el Centro y la Universidad. La adecuación de la oferta de prácticas es satisfactoria y, de hecho, no se han producido problemas a la hora de adjudicarlas y realizarlas. La satisfacción respecto a esta cuestión es notable. 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.

Por su parte, los índices de satisfacción tanto de los tutores académicos (4,89), profesionales (4,68) como de los estudiantes (3,83) con dichas prácticas son altos.

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. Este curso, debido al estado de alarma, muchos estudiantes tanto entrantes como salientes han decidido acortar o cancelar sus estancias. A pesar de ello, los indicadores son muy positivos y se mantienen prácticamente iguales a los del curso pasado a pesar de, cómo decimos, el efecto Covid que ha echado a muchos alumnos atrás en su decisión de realizar una movilidad, ya sea nacional o internacional (<https://bit.ly/3cbUQhI>). En cualquier caso, el grado de satisfacción del alumnado que ha participado en redes de movilidad nacional e internacional, tanto entrantes como salientes sigue manteniendo un valor positivo (3,81).

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 de 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.

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; Universidad de Bretaña Occidental en Brest (Francia); Universidad de Kiel (Alemania); Universidad de Gdańsk (Polonia); Universidad de Split (Croacia); Universidad de Malta (Malta) a nuestros estudios (<https://sea-eu.org/?lang=es>).

El índice de satisfacción del alumnado con el procedimiento de TFG del grado ha mejorado y se ha situado en el valor más alto de la serie histórica (3,42). Este dato es producto de las acciones de mejora que se han ido realizando y que durante el curso 20/21 se han seguido poniendo en práctica. Por un lado, todo el proceso de gestión se ha virtualizado, de tal forma que el estudiante, a través del campus virtual realiza todas las gestiones al respecto y recibe toda la información necesaria (<https://bit.ly/3booQ9b>). Esto facilita considerablemente el procedimiento. Asimismo, se mantiene en vigor el proyecto de cápsulas audiovisuales en las que se explican y desarrollan diversos aspectos clave relativos al proceso y realización de un trabajo de investigación y que son fundamentales para que los alumnos entiendan cómo deben afrontar la realización de un TFG. Estas cápsulas versan sobre aspectos administrativos, la estructura del TFG, la búsqueda bibliográfica, la redacción y las temáticas principales en un TFG del grado en Marketing e Investigación de Mercados. Además, toda la información relativa al TFG, se encuentra en el apartado "Trabajo fin de grado" de la web del título (<https://ccsociales.uca.es/trabajo-fin-de-grado/>) existiendo una gran transparencia al respecto. También 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, optando por aquellos con los que tengan mayor afinidad. Con este tipo de medidas se busca mejorar esa 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. Finalmente, y entre las medidas que se desarrollan en el grado para seguir mejorando estos indicadores, 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 como desde el punto de vista del trabajo propiamente dicho y se mantiene con ellos una atención personalizada, resolviendo dudas a través, tanto del correo electrónico de los coordinadores de los grados como 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 del Campus Virtual de TFG, que se encarga de la gestión del mismo y de resolver las dudas que le pueden surgir a los alumnos referidas a cualquier fase del proceso de realización de TFG (asignación, defensa...)

A pesar de que en el SGC solo están disponibles los datos referidos al curso 2014-15 y 2015-16, a lo largo de todos los cursos se está trabajando en esta línea, organizando charlas y conferencias de profesionales del sector, así como de egresados del grado que muestren el estado de la situación profesional y cómo se han insertado en el mercado laboral una vez concluidos sus estudios. Así mismo, se promueve entre el alumnado la participación en actividades organizadas por la Universidad como el plan PIFE, la feria del empleo, cursos de emprendimiento y otro tipo de jornadas vinculadas al ámbito profesional.

El índice de satisfacción del alumnado con la coordinación docente también ha mejorado notablemente con respecto a los cursos precedentes lo que pone en valor el esfuerzo realizado por todos durante este curso marcado por la pandemia y la crisis de la Covid. Aún así, se mantienen los esfuerzos y acciones de mejora emprendidos en este sentido, y que se pueden ver en el seguimiento de los planes de mejora de este autoinforme, al objeto de seguir mejorando este indicador, aunque es un índice que se mantiene.

#### **Apartado COVID**

Asimismo, en junio de 2020, los Rectores de las Universidades Andaluzas aprobaron [los criterios comunes para la adaptación de la enseñanza universitaria a las exigencias sanitarias derivadas de la epidemia de la COVID19 durante el curso académico 2020/2021](#).

En base a lo anterior, la Comisión de Garantía de Calidad tomó las siguientes decisiones:

La CGC, a partir de la situación sanitaria tuvo que decidir que la docencia se impartiera de manera multimodal, tal y como se ha explicado anteriormente, siempre con un protocolo sanitario que garantizara la seguridad tanto de profesorado como de estudiantes. Desde el punto de vista de la evaluación del alumnado, la realización de los exámenes se desarrolló de manera presencial.

En cuanto a las prácticas académicas, hay que señalar que no se produjeron incidencias tanto para la realización como para finalización de las prácticas. En este sentido hay que destacar que la comunicación con el alumnado fue fluida, resolviendo los problemas que fueron surgiendo.

En lo relativo a la gestión de la movilidad, durante el curso 20/21, la movilidad semipresencial se mantuvo desde el inicio de curso hasta principios de noviembre, y, no se volvió a retomar hasta mediados de abril. Durante el periodo comprendido entre noviembre de 2020 y mediados de abril de 2021, la movilidad y los exámenes tuvieron lugar de forma online. Esta misma situación, o parecida, se dio también en las universidades de destino. En algunas incluso el periodo de docencia online se mantuvo durante mayor tiempo. Esto dio lugar a que, por ejemplo, la movilidad de PDI se vio reducida prácticamente a cero, ya que no se podía realizar de forma presencial. Se mantuvieron algunos encuentros de forma online.

En lo que respecta al alumnado, la situación fue mucho más diversa. Por una parte, los estudiantes que iban a participar en una movilidad fuera de Europa con la beca Santander Grado o la UCA Internacional, tanto entrantes como salientes, se vieron obligados a renunciar debido a las restricciones de movilidad con países del entorno iberoamericano (México, Argentina, Colombia), Estados Unidos, Taiwán, Australia, etc. Es curioso, pero de los entrantes previstos, sólo cinco de los beneficiarios de las becas Erasmus KA107 (Egipto, Montenegro, Jordania, Ucrania, Rusia, etc.) realizaron su movilidad de forma combinada (alternando periodos online y presenciales) o física (en nuestro país, aunque las clases fueran presenciales en ciertos momentos).

Por otro lado, de los 90 estudiantes salientes seleccionados para la Erasmus KA103 (países de la Unión Europea), 42 presentaron la baja, bien porque la universidad de destino no los aceptaba como medida sanitaria, bien porque no querían disfrutar de una estancia erasmus con clases online o desde España. En el caso de los entrantes, una gran mayoría sí se benefició de la movilidad, ya fuera online, combinada o física.

En cuanto a la modalidad Erasmus prácticas, este curso, hubo menos estudiantes, en nuestro caso, sólo tres, ya que las empresas no se arriesgaron a aceptar estudiantes en prácticas teniendo en cuenta la situación sanitaria.

Por último, la movilidad Nacional Sicue también se vio muy reducida, tanto en entrantes como en salientes, por los mismos motivos.

Habría que añadir que en las sesiones informativas que se hicieron con los estudiantes para las distintas movilidades cuando se abrieron las convocatorias, la asistencia y el interés fue muy elevado, así como las numerosas consultas por correo electrónico o las tutorías virtuales que se atendieron. Las solicitudes también fueron abundantes para todos los programas de movilidad, tanto nacional como internacional. Es decir, se puede apreciar claramente que la incidencia de la pandemia es más que evidente en la movilidad de nuestros grados.

**Puntos Fuertes:**

La satisfacción de los estudiantes con el procedimiento para la elección y realización del TFG sigue mejorando y se sitúa el nivel más alto de la serie histórica  
 Todos los indicadores, salvo las tasas de abandono y graduación, presentan resultados positivos

Fecha del informe DEVA (Especificar tipo de informe DEVA) (*)	Recomendaciones recibidas	Acciones de mejora para dar respuesta a estas recomendaciones
Informe de seguimiento del plan de mejora 13/07/2021 (origen Informe de renovación de la acreditación)	Recomendación nº 12: Se recomienda tomar medidas para mejorar el grado de satisfacción de los estudiantes con la coordinación entre los profesores del título	<p>Acción de mejora: Mantener reuniones trimestrales con el profesorado del grado y mejorar la comunicación entre los mismos, incidiendo en que el coordinador de las asignaturas que se imparten entre distintos profesores organice el reparto docente y se informe puntualmente a los alumnos de dicha planificación.</p> <p>En este sentido, se busca fomentar la comunicación con la coordinación para que todas las actividades que realiza el profesorado quede coordinada e integrada. Crear una plantilla de actividades previstas para que tanto la coordinación como el Vicedecano de Ordenación académica puedan repartir la carga de trabajo de los estudiantes.</p> <p>El indicador ha alcanzado el mayor valor de la serie histórica en el curso 20/21. A pesar de ello se mantiene esta acción de mejora que parece funcionar.</p>
Informe de seguimiento del plan de mejora 13/07/2021 (origen Informe de renovación de la acreditación)	Recomendación nº 13: Se recomienda tomar medidas para corregir las tasas de graduación y abandono hasta alcanzar los niveles previstos inicialmente.	<p>Acción de mejora nº 1: Diseño de una estrategia de promoción en RRSS del grado en marketing e investigación de mercados            Evidencia: <a href="https://bit.ly/3tkNEHU">https://bit.ly/3tkNEHU</a></p> <p>Acción de mejora nº 2: Modificación de la memoria del grado para aplicar un cambio en el itinerario curricular del alumno por el que se modifique la organización de las asignaturas que se imparten en el mismo.            Evidencia: <a href="https://bit.ly/3t9ekeV">https://bit.ly/3t9ekeV</a></p> <p>Acción de mejora nº 3: Reuniones con los alumnos de tercer y cuarto curso para informarles sobre los</p>

		<p>principales aspectos del último curso, poniendo especial énfasis en todo lo relativo al TFG. Evidencia: <a href="https://bit.ly/3thAZ8L">https://bit.ly/3thAZ8L</a></p> <p>Acción de mejora nº 4: Organización de charlas, seminarios y jornadas para acercar el mundo del marketing fuera de las aulas Evidencia: <a href="https://bit.ly/3F8jiL7">https://bit.ly/3F8jiL7</a></p> <p>Acción de mejora nº 5: proyecto de innovación docente para crear un departamento de comunicación gestionado por alumnos para potenciar la comunicación digital del grado Evidencia: <a href="https://bit.ly/3HUW9hd">https://bit.ly/3HUW9hd</a></p>
--	--	--

(\*) Informe de verificación, modificación, seguimiento o renovación de la acreditación.

#### 4) PROFESORADO

##### Análisis y Valoración:

INDICADOR (GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
<b>ISGC-P05-02: Participación del profesorado en acciones formativas.</b>	64,15%	69,49%	63,01%	61,29%	59,15%
<b>ISGC-P05-03: Participación del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente.</b>	58,49%	57,63%	54,79%	48,39%	38,03%
<b>ISGC-P05-04: Grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia.</b>	3,8	4	4	4,1	4,3
<b>ISGC-P05-05: Porcentaje de profesores del título que han participado en las convocatorias del programa de evaluación de la actividad docente (Modelo DOCENTIA).</b>	22,64%	23,7%	20,55%	30,65%	45,07%
<b>ISGC-P05-06: Porcentaje calificaciones "EXCELENTES" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente.</b>	58,33%	50%	66,67%	42,11%	56,25%
<b>ISGC-P05-07: Porcentaje calificaciones "FAVORABLE" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente.</b>	41,67%	50%	33,33%	57,89%	43,75%

INDICADOR (CENTRO)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
--------------------	---------	---------	---------	---------	---------

<b>ISGC-P05-02: Participación del profesorado en acciones formativas.</b>	56,59%	59,73%	56,46%	51,27%	53,09%
<b>ISGC-P05-03: Participación del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente.</b>	41,41%	44,3%	48,33%	51,27%	32,1%
<b>ISGC-P05-04: Grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia.</b>	3,9	4	4,1	4,1	4,2
<b>ISGC-P05-06: Porcentaje de profesores del título que han participado en las convocatorias del programa de evaluación de la actividad docente (Modelo DOCENTIA).</b>	21,09%	22,1%	19,14%	22,78%	19,75%
<b>ISGC-P05-07: Porcentaje calificaciones "EXCELENTES" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente.</b>	66,67%	60,6%	75%	66,67%	75%
<b>ISGC-P05-08: Porcentaje calificaciones "FAVORABLE" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente.</b>	33,33%	39,4%	25%	36,11%	25%

En las siguientes tablas se presenta información más detallada sobre el perfil del profesorado que imparte docencia en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados y en los dobles grados. Como puede comprobarse, el 70,42% de los docentes son doctores y cuentan con una amplia experiencia docente e investigadora, como demuestra el elevado número de quinquenios (144) y sexenios de investigación (28) en su haber (144) por lo que se considera que el profesorado implicado en el título es el adecuado

Grado en Marketing e Investigación de Mercados	Total Profesorado					
	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Catedrático de Universidad	1	1	1	2	2	2
Catedrático de Escuela Universitaria	3	2	3	2	2	2
Profesor Titular de Universidad	12	12	11	14	12	18
Profesor Titular de Escuela Universitaria	7	6	7	7	7	7
Profesor Contratado Doctor	2	3	2	3	1	5
Profesor Colaborador	4	4	4	5	3	3
Profesor Ayudante Doctor	6	7	8	10	11	7
Profesor Ayudante	0	0	0	-	-	-
Profesor Asociado	3	3	4	4	4	4
Profesor Visitante	0	0	0	-	-	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	12	15	19	26	20	23
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>53</b>	<b>59</b>	<b>73</b>	<b>62</b>	<b>71</b>

Grado en Marketing e Investigación de Mercados	Porcentaje Doctores					
	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Catedrático de Universidad	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Catedrático de Escuela Universitaria	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Profesor Titular de Universidad	91,67%	100%	100%	100%	100%	100%

Profesor Titular de Escuela Universitaria	0%	0%	0%	0%	0%	14,29%
Profesor Contratado Doctor	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Profesor Colaborador	50%	50%	50%	20%	66,67%	66,67%
Profesor Ayudante Doctor	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Profesor Ayudante	-	-	-	-	-	-
Profesor Asociado	0%	0%	25%	25%	0%	0%
Profesor Visitante	-	-	-	-	-	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	16,67%	26,67%	26,32%	19,23%	35%	56,52%
<b>TOTAL</b>	<b>54%</b>	<b>58,49%</b>	<b>55,93%</b>	<b>52,05%</b>	<b>59,68%</b>	<b>70,42%</b>

Grado en Marketing e Investigación de Mercados	Experiencia docente (total Quinquenios)					
	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Catedrático de Universidad	5	5	5	11	9	10
Catedrático de Escuela Universitaria	14	10	14	10	10	12
Profesor Titular de Universidad	44	46	41	51	50	72
Profesor Titular de Escuela Universitaria	28	21	29	30	30	31
Profesor Contratado Doctor	0	0	0	6	3	7
Profesor Colaborador	0	0	0	17	11	12
Profesor Ayudante Doctor	0	0	0	0	0	0
Profesor Ayudante	-	-	-	-	-	-
Profesor Asociado	0	0	0	0	0	0
Profesor Visitante	-	-	-	-	-	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>91</b>	<b>82</b>	<b>89</b>	<b>125</b>	<b>113</b>	<b>144</b>

Grado en Marketing e Investigación de Mercados	Experiencia investigadora (Total Sexenios)					
	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
Catedrático de Universidad	1	1	2	7	6	6
Catedrático de Escuela Universitaria	0	0	0	0	0	0
Profesor Titular de Universidad	6	6	6	3	4	20
Profesor Titular de Escuela Universitaria	0	0	0	0	0	0
Profesor Contratado Doctor	0	1	0	1	1	2
Profesor Colaborador	0	0	0	0	0	0
Profesor Ayudante Doctor	0	0	0	0	0	0
Profesor Ayudante	-	-	-	-	-	-
Profesor Asociado	0	0	0	0	0	0
Profesor Visitante	-	-	-	-	-	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>28</b>

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 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 del Campus Virtual. Para el resto de los alumnos, siguiendo un criterio de proporcionalidad a los créditos asignados en el plan de estudios del título, los departamentos con carga docente en cada título presentarán 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.

Del análisis de los indicadores analizados en la tabla, podemos destacar los principales aspectos:

Respecto a la participación del profesorado en las acciones formativas se comprueba que este índice se mantiene estable, siendo este indicador, además, más elevado que la media del centro. Hay que tener en cuenta que, debido a la situación de pandemia, los cursos ofertados han disminuido. Asimismo, el profesorado ha tenido que realizar un mayor esfuerzo al tener que adaptar sus clases al formato multimodal y ha tenido que dedicar más tiempo a la preparación de clases, la corrección de tareas, etc, teniendo menos tiempo para poder dedicarse a esta formación.

Por otro lado, la participación del profesorado en proyectos de innovación y mejora docente ha descendido, si bien se mantiene en niveles satisfactorios (muy por encima de la media del centro). Este descenso, en cualquier caso, puede ser debido a la pandemia, que limita el desarrollo de este tipo de proyectos por parte del profesorado. Aún así, se sigue potenciando la participación del profesorado en proyectos de innovación y mejora docente a través de reuniones en las que se informa al profesorado sobre el proceso de solicitud de proyectos de innovación docente, dando difusión a las fechas clave y recomendando y alentando su participación en los mismos.

En cuanto al número de profesores que son evaluados con Docencia, el indicador no solo ha aumentado en 15 puntos respecto al curso anterior, sino que se sitúa en niveles muy superiores al Centro. Desde la Coordinación del Grado, en las reuniones que se mantienen con el profesorado, se anima al mismo a participar en los procesos de evaluación e igualmente, al abrirse el proceso, se envía dicha información al mismo para recordar el comienzo del proceso.

Finalmente, otro dato muy positivo es el grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia, que se aumenta con respecto a los cursos anteriores y se sitúa en el 4,3, a pesar de las dificultades del curso debido a la pandemia.

#### **Apartado COVID**

El proceso para la toma de decisiones sobre los distintos aspectos relacionados con la docencia, esto es, con la adaptación de guías docentes y procesos de evaluación, fue el siguiente:

Los Vicerrectorados o Direcciones Generales con competencia elaboraron un borrador de las diversas resoluciones e instrucciones que articularán los procedimientos de adaptación a la docencia no presencial. Para el diseño final de los mismos, se dio participación a los grupos de interés, a través de los Decanos y Directores de los Centros, los directores de Departamento y el Consejo de Estudiantes.

Por otro lado, se mantuvo el personal académico contratado, con docencia en los títulos, en aplicación tanto de las políticas establecidas por el Ministerio de Universidad, reflejadas en el Real decreto-ley, de 31 de marzo en su disposición adicional duodécima, prorrogando contratos que finalizasen durante el periodo de alarma, como de la propia Universidad, a pesar de la suspensión de los procedimientos selectivos y concurso públicos, conforme a la disposición adicional tercera del Real Decreto por el que se declara el estado de alarma. Para ello, de acuerdo con el apartado cuarto de dicha disposición se acordó de forma motivada la continuación de estos procedimientos por ser indispensables para la para el funcionamiento básico de los servicios, en este caso, la continuidad de la prestación del servicio docente con las mismas garantías de calidad a pesar del cambio en la modalidad de impartición.

En lo que respecta a la formación del personal académico, se reforzó la formación en competencias on line, mediante el programa de Cursos en abierto y convocatorias específicas de acciones formativas. En este sentido y relacionado con las medidas Covid de la UCA, el profesorado está satisfecho con la formación ofertada en materia de enseñanza online (3,47).

Desde la perspectiva del estudiantado, estos resultados también son positivos, por lo que parece que todas las acciones y medidas implementadas han sido adecuadas y que han valorado el esfuerzo realizado por parte del profesorado. En este sentido, tanto los contenidos que se han impartido, como los sistemas de evaluación, la temporalización (horarios, calendario de exámenes, plazos de entrega de trabajos...), la información recibida, la atención tutorial, así como la comunicación y las relaciones con el profesorado han sido valorados muy positivamente. A modo de conclusión, el grado de satisfacción del alumnado con la titulación ante los cambios producidos en la docencia provocados por la Covid-19 ha sido bueno.

**Puntos Fuertes:**

Activa participación del profesorado en las acciones formativas.

Activa participación del profesorado en proyectos de innovación y mejora docente

El porcentaje de profesores del título que han participado en las convocatorias del programa de evaluación de la actividad docente se ha incrementado en 15 puntos respecto al curso anterior.

**5) INFRAESTRUCTURAS, SERVICIOS Y DOTACIÓN DE RECURSOS**
**Análisis y Valoración:**

INDICADOR (GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P06-01: Tasa de adecuación del título	47,33%	49,24%	55,47%	58,21%	43,55%
ISGC-P06-02: Tasa de ocupación del título	100,77%	101,54%	98,46%	103,08%	99,2%
ISGC-P06-03: Tasa de preferencia del título	123,08%	108,46%	90,77%	93,85%	58,4%
ISGC-P06-04: Tasa de renovación del título	30,27%	29%	27,91%	28,82%	24,27%
ISGC-P06-07: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación académica	2,55	2,82	2,53	-	3,24
ISGC-P06-08: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional	2,21	2,53	2,62	-	3,04
ISGC-P06-09: Grado de satisfacción del alumnado con los recursos materiales e infraestructuras del título	3,3	3,46	3,37	-	3,63
ISGC-P06-10: Grado de satisfacción del profesorado con los recursos materiales e infraestructuras del título	4,21	4,42	4,16	-	4,4

INDICADOR (DOBLE GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y TURISMO)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
ISGC-P06-01: Tasa de adecuación del título	63,16	65,22	80%	66,67%	51,52%
ISGC-P06-02: Tasa de ocupación del título	95%	115%	100%	120%	110%

<b>ISGC-P06-03: Tasa de preferencia del título</b>	235%	155%	260%	140%	223,33%
<b>ISGC-P06-04: Tasa de renovación del título</b>	20,69%	22,7%	18,18%	20,95%	26,32%

INDICADOR (DOBLE GRADO EN PUBLICIDAD Y RRPP Y MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
<b>ISGC-P06-01: Tasa de adecuación del título</b>	95,24%	100%	100%	90,48%	100%
<b>ISGC-P06-02: Tasa de ocupación del título</b>	105%	110%	105%	105%	105%
<b>ISGC-P06-03: Tasa de preferencia del título</b>	390%	490%	440%	345%	630%
<b>ISGC-P06-04: Tasa de renovación del título</b>	23,6%	21,6%	20,59%	19,63%	17,76%

INDICADOR (CENTRO)	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	2020-21
<b>ISGC-P06-01: Tasa de adecuación del título</b>	55,56%	55,32%	63,32%	63,66%	53,55%
<b>ISGC-P06-02: Tasa de ocupación del título</b>	97,66%	91,91%	80,64%	77,87%	83,83%
<b>ISGC-P06-03: Tasa de preferencia del título</b>	132,77%	110,85%	102,13%	106,6%	109,79%
<b>ISGC-P06-04: Tasa de renovación del título</b>	26,06%	24,5%	22,64%	22,85%	23,91%
<b>ISGC-P06-07: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación académica</b>	2,72	2,74	2,86	-	3,26
<b>ISGC-P06-08: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional</b>	2,57	2,51	2,82	-	3,08
<b>ISGC-P06-09: Grado de satisfacción del alumnado con los recursos materiales e infraestructuras del título</b>	3,45	3,6	3,53	-	3,56
<b>ISGC-P06-10: Grado de satisfacción del profesorado con los recursos materiales e infraestructuras del título</b>	4,08	4,14	4,14	-	4,22

La satisfacción con las infraestructuras y servicios es alta para los grupos de interés. Ello 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 facultad tales como aulas de docencia, de idiomas, de informática, seminarios, biblioteca, instalaciones deportivas, cafetería, administración y servicios, secretaría, aparcamientos, etc. así como la adecuación de los recursos humanos y materiales para atender al buen desarrollo del título es adecuada 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.

Como ya se ha comentado en apartados anteriores, este curso académico se han instalado cámaras en todas las aulas de docencia para impartir la docencia semipresencial. Asimismo, desde la Universidad de Cádiz se han impartido diversos talleres a los docentes para mostrar el funcionamiento de dichas cámaras. En líneas generales, tanto profesores como alumnos se han adaptado a la modalidad docente que ha sido necesaria en cada momento del curso pasado.

El Vicerrectorado de Digitalización e Infraestructuras es el encargado de proveer de los recursos telemáticos y digitales para el proceso de enseñanza-aprendizaje de manera que se garantice un buen desarrollo de la docencia no presencial tanto por parte del PDI como de los estudiantes, así como del trabajo no presencial por parte del PAS. Entre otras actuaciones, se crearon espacios virtuales para la docencia y para la defensa de TFG/TFM, se ampliaron las dotaciones de licencias de software específico para ello, y dimensionó adecuadamente el hardware que da soporte al sistema. Dentro del punto de vista técnico, se informa de algunas medidas tomadas para potenciar la plataforma de Campus Virtual, de cara al incremento de actividad como pueden ser el reparto del almacenamiento entre las tres cabinas más potentes de nuestro Centro de Proceso de Datos, duplicación del espacio destinado al almacenamiento que estaba previsto para el curso normal, o dotación de 2 máquinas frontales más por plataforma, llegando a 6 nuevas máquinas, doblando la capacidad de las mismas.

Para dotar de conectividad y equipos informáticos a los estudiantes universitarios que, por diversas circunstancias, no disponían de los medios adecuados para atender a los nuevos procedimientos lectivos no presenciales motivados por la situación de alarma, se realizaron convocatorias para la solicitud tanto de paquetes de conexión, consistentes en tarjetas SIMs

de datos y routers, como de portátiles en préstamo. Estas convocatorias fueron publicitadas por los canales oficiales de la UCA, incluidas redes sociales y en coordinación con el CEUCA.

Desde el Área de Biblioteca, Archivo y Publicaciones del Vicerrectorado de Cultura se articularon medidas para favorecer la continuidad de todos los servicios, especialmente el de biblioteca con suscripción de colecciones editoriales para ampliar el catálogo on line, como la de Tirant lo Blanch con más de 5.400 monografías en abierto, la adquisición preferente de libros electrónicos, el refuerzo del sistema de atención del personal de biblioteca a la comunidad universitaria a través de medios telemáticos y en colaboración con el Servicio de prevención, el diseño de un sistema de préstamo de ordenadores portátiles a domicilio, y cuando las condiciones de desplazamiento lo permitan, el sistema de préstamos de libros.

El servicio de Prevención es el responsable de la limpieza y desinfección de los espacios de trabajo y de la puesta en marcha de las medidas de seguridad específicas y necesarias en cada fase del confinamiento y la provisión de equipamiento específico de prevención y seguridad.

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 existencia de un proyecto para la construcción en el Campus de un nuevo edificio de aulas.

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

En cuanto al grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación académica, este ha sufrido un incremento bastante positivo (3,24). En este sentido, hay que señalar que se implementa toda una batería de acciones relacionadas con esta actividad, tales como la mejora en la información para que los alumnos conozcan el PROA (<https://bit.ly/2CrRy7z>), la mejora en la información para que los alumnos se involucren en el Proyecto Compañero (<https://bit.ly/3bBFqCK>) o la existencia de la figura del orientador académico (<https://ccsociales.uca.es/orientador-academico/>) que es un apoyo especialmente dirigido a los estudiantes con dificultades académicas. Las actividades de orientación académica giran en torno al "Programa de Orientación Académica" (PROA). Entre otros destacan las acciones dirigidas a estudiantes de primer curso, y que son guiados y mentorizados tanto por estudiantes de cursos más avanzados, como por la figura del orientador académico. De hecho, los valores derivados de los cuestionarios realizados por los alumnos de primer curso participantes en el programa que se encuentra en el Campus Virtual de dicho programa, indican que la mayor parte de los alumnos tienen una satisfacción muy alta con el Proyecto Compañero.

Igualmente, el grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional también ha mejorado respecto a los cursos anteriores (3,04) -de hecho, es el mejor dato de la serie histórica-. Estas actividades de orientación profesional, tienen su principal foco en el "Plan Integral de Formación para el Empleo en la UCA" (<https://bit.ly/3Fcsb6x>) cuyo objetivo es mejorar la empleabilidad de los estudiantes que están a punto de terminar sus estudios. Para ello realizan acciones formativas y encuentros empresariales encaminados a este fin. Igualmente, se organiza la feria de empleo y que en el curso 20/21 tuvo lugar de manera online. Por otro lado, el Centro durante el curso 19-20 creó la figura del Orientador laboral y aprobó su Plan de Orientación Laboral con el objeto de proporcionar información y apoyo al estudiantado para facilitar su integración laboral y profesional al finalizar sus estudios.

Igualmente, desde el Centro y desde la coordinación del grado se organizan distintas actividades que ponen en contacto a los estudiantes con profesionales del ámbito del marketing, la investigación de mercados y la comunicación, así como con egresados recientes que ya están desarrollando su actividad profesional y pueden ofrecer una visión muy cercana sobre la inserción laboral. Así, , los alumnos pudieron asistir, de manera gratuita (subvencionada por la Facultad), al Branding Day, un congreso de marketing y comunicación organizado por la Cadena Ser, así como a una serie de conferencias, charlas y seminarios en la facultad o de manera online y que fueron organizados junto a la Asociación Marketing en Cádiz, con la que la Facultad de CCSSCC tiene un convenio de colaboración firmado (<https://bit.ly/332c1zq>).

En el curso 2015/2016 se produjo una bajada significativa en el indicador “tasa de adecuación del título”, pasando del 63 al 47% (dato similar al índice de los cursos 12/13 y 13/14). Debido a esa bajada se implantaron una serie de acciones de mejora centradas en intensificar la información del programa de Orientación Universitaria a los profesores para que asistan a los institutos a impartir una ponencia relacionada con el Grado y puedan ofrecer sesiones informativas. Además, se ha continuado con el plan de visitas al centro en el que se le presenta a los alumnos de los institutos el título de grado y se participa de manera activa en las jornadas de orientación universitaria organizadas por la UCA. Esto supuso una mejora del indicador en los cursos precedentes si bien, en este curso 20/21 el índice ha vuelto a descender, por lo que habrá que seguir la evolución del indicador en los cursos siguientes. En cualquier caso, se considera esencial mejorar el conocimiento del Título entre la sociedad en general y entre los alumnos de secundaria, bachillerato y grados de ciclo superior en particular, pues muchos de ellos se convertirán en universitarios una vez finalicen sus estudios en el instituto y es importante que valoren y tengan entre sus preferencias cursar el Grado en Marketing e Investigación de Mercados. La Universidad cuenta con un programa de Orientación Universitaria del que el Centro forma parte, consistente en la organización de unas jornadas de orientación a la que asisten centros de enseñanza de toda la provincia. A través de este programa se ofrecen sesiones informativas del proceso de acceso a la Universidad, en las que los Centros participan con mesas de información en las que tanto padres como estudiantes pueden preguntar todo lo relacionado con los grados. El GMIM participa activamente de estas jornadas habiendo incluso reelaborado los contenidos informativos que se ofrece al alumnado para hacerlos más atractivos. Por su parte, el Campus en el que se imparten los estudios de Marketing e Investigación de Mercados cuenta con un plan de visitas para todos aquellos Centros que deseen conocerlo y, desde el propio Centro se atienden también las peticiones de institutos para que se den sesiones informativas sobre los Grados que se imparten en el mismo si bien, debido a la pandemia, este curso esta actividad ha disminuido notablemente. Así mismo, se están desarrollando programas de comunicación y promoción digital del grado para dar a conocer el mismo entre los futuros estudiantes y que elijan nuestros estudios en primera opción. Para ello se está ejecutando un proyecto de innovación docente durante el curso 21/22 para que los alumnos del grado gestionen, de manera profesional y bajo la tutorización de un profesor del grado, la comunicación en redes sociales del grado.

Por su parte, la tasa de ocupación es buena y se sitúa en el 99% si bien la tasa de preferencia también ha descendido de forma notable, pasando del 93% al 58%. Al igual que con la tasa de adecuación, habrá que seguir la evolución de este dato y comprobar si se trata de algo puntual o, en cambio, hay que tomar medidas en cursos posteriores.

Por su parte, los datos para los dobles títulos son muy buenos, situándose la tasa de ocupación en el 110% y la tasa de preferencia en el 223,33% para el doble grado MIM-Turismo y en el 105% y el 630% respectivamente para el doble grado publicidad-MIM

En cualquier caso, y como decimos, con la firme intención de seguir mejorando estos indicadores, y con el objetivo de atraer alumnado de calidad, se ha diseñado una estrategia de promoción en RRSS del grado en marketing e investigación de mercados, para mejorar el conocimiento que los futuros estudiantes tienen sobre estos estudios y que los motive a matricularse en el mismo. Con esta medida se pretende, por un lado, mejorar las tasas de adecuación, ocupación y preferencia, haciendo que los alumnos elijan el GMIM de la UCA como primera opción y, por otro, mejorar también la tasa de abandono (sobre la que ya hemos hablado).

#### **Apartado COVID**

Con motivo de la Declaración del Estado de Alarma en marzo de 2020, y el consecuente cambio de la docencia presencial a no presencial, desde el Vicerrectorado de Digitalización e Infraestructuras, se acometieron una serie de actuaciones dirigidas a dar soporte a todo lo que aquel cambio conllevó. A continuación se indican las más relevantes:

- Ampliación del número de instancias del sistema de videoconferencias BigBlueButton.
- Ampliación de la capacidad de acceso a través de VPN.
- Teletrabajo. Instrucciones y soporte para:
  - Instalación y activación del VPN y conexión en remoto al equipo de trabajo en UCA.
  - Servicio de préstamos de portátiles para teletrabajo.
  - Desviar el teléfono fijo de la UCA al móvil y para la instalación del software 3CX.
  - Uso de videoconferencias para realizar reuniones.
  - Uso de portafirmas
- Puesta en marcha de la web <https://www.uca.es/coronavirus/>
- Generar videos para la web de cursos en abierto sobre el uso de la herramienta OBS Studio y la operativa para subirlo a Google Drive.

- Se adoptó la solución de apartar las tres máquinas virtuales de BBB en un host físico distinto, de forma que el resto del Campus Virtual quedara aparte.
- Abrir los brokers de VDI de las aulas incrementando el número de puestos virtuales hasta lo posible.
- Abrir los puertos de los equipos de conexión (tráfico cifrado) e instalar tuneladores para permitir que se conecten sin VPN tanto el alumnado como el PDI.
- Desarrollo de un sistema de regeneración de claves automática, de forma que el usuario no tenga que presentarse en las instalaciones físicamente para identificarse <https://control.uca.es/regeneracionclave.html>
- BIGBLUEBUTTON :
  - De 1 servidor a 5. → 500%
  - De 4 CPU a 76. → 1900%
  - De 8 GB RAM a 490 GB. → 6125%
- CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO DE FICHEROS EN LAS PLATAFORMA MOODLE
  - De 1.7 TB a 5 TB. → 294%
- 
- CAPACIDAD DE CONEXIONES AL PORTAL DE CV Y A LAS PLATAFORMAS MOODLE
  - Prácticamente se ha duplicado la capacidad
- CAPACIDAD DE CONEXIONES SIMULTÁNEAS A LAS BBDD DEL PORTAL CV Y PLATAFORMAS MOODLE
  - En el Portal CV: de 100 conexiones simultáneas a 300 → 300 %
  - En Moodle: de 850 conexiones simultáneas a 3000 → 353 %
  - Se realiza una reorganización del CV, pasando de 3 ramas a 4.
  - Se sustituye BBB por Google Meet.
  - Se desarrolla un plugin para integrar Google Meet con Moodle.
- Audiovisuales:
  - Se procede a equipar a las aulas de cámaras para posibilitar una docencia mixta presencial/online.
  - Durante el mes de julio se realizan las pruebas y durante el mes de septiembre se procede a la instalación.
  - Se cumple el plazo de instalación y a fecha 30 de septiembre están equipadas 200 aulas en los 4 campus.

**Puntos Fuertes:**

Buena tasa de ocupación. La demanda de plazas supera a la oferta  
 Alta tasa de ocupación y preferencia en el doble grado MIM-turismo  
 Notable mejora de los indicadores relacionados con el grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación académica y la orientación profesional.

Puntos débiles	Acciones de mejora
Punto débil nº 1: Tasa de adecuación del título	Acción de mejora nº 6: proyecto de innovación docente para crear un departamento de comunicación gestionado por alumnos para potenciar la comunicación digital del grado Evidencia: <a href="https://bit.ly/3HUW9hd">https://bit.ly/3HUW9hd</a>

Fecha del informe DEVA (Especificar tipo de informe DEVA) (*)	Recomendaciones recibidas	Acciones de mejora para dar respuesta a estas recomendaciones
Informe de seguimiento del plan de mejora 13/07/2021	Recomendación nº 3: Mejorar la satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación profesional	Acción de mejora: Organización de jornadas, conferencias y actividades vinculadas con profesionales del sector y con egresados de la facultad para que cuenten su experiencia profesional. Mejorar la comunicación con los alumnos a la hora de informar sobre este tipo de actividades, así como otras organizadas por el centro o la universidad tales como el plan PIFE Evidencia: <a href="https://bit.ly/332c1zq">https://bit.ly/332c1zq</a>

		Hay que indicar que el indicador se ha situado este curso 20/21 en un 3,04, el valor más alto de la serie histórica
--	--	---

(\*) Informe de verificación, modificación, seguimiento o renovación de la acreditación.

## 6) RESULTADOS E INDICADORES

### Análisis y Valoración:

INDICADOR (TÍTULO)	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
ISGC-P07-01_01: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Alumnado	22,45%	4,47%	8,16%	9,56%	21,16%
ISGC-P07-01_02: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. PDI	50%	31,75%	25,61%	31,51%	26,58%
ISGC-P07-01_03: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Egresados	32%	11,76%	2,22%	12,73%	10%
ISGC-P07-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título	3,02	2,81	2,97	3,71	3,46
ISGC-P07-03: Grado de satisfacción global del PDI con el título	4,09	4,5	4,29	4	4,3
ISGC-P07-04: Grado de satisfacción global del PAS con el Centro	3,63	3,6	3,76	3,64	3,83
ISGC-P07-05: Índice de inserción profesional en cualquier sector profesional (año realización encuesta)	37,5	100	100	71,43	42,86
ISGC-P07-06: Tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados (año realización encuesta)	66,67	100	100	100	100
ISGC-P07-07: Tasa de autoempleo (año realización encuesta)	0	0	0	0	0
ISGC-P07-08: Tasa de inserción con movilidad geográfica (año realización encuesta)	0	50	0	80	33,33
ISGC-P07-09: Grado de satisfacción de los egresados con los estudios realizados (año realización encuesta)	3,45	2,38	2,25	2,86	2,43
ISGC-P07-10: Grado de satisfacción de los egresados con las competencias adquiridas en los estudios realizados (año realización encuesta)	-	-	-	-	2,57

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)	2016-2017	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
ISGC-P07-01_01: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Alumnado	10,99%	3,37%	5,72%	13,55%	34,42%
ISGC-P07-01_02: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. PDI	77,18%	57,42%	44,71%	40,44%	41,15%
ISGC-P07-01_03: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Egresados	45,63%	25,93%	4,32%	15,04%	10,13%
ISGC-P07-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título	3,34	3,43	3,43	3,76	3,62
ISGC-P07-03: Grado de satisfacción global del PDI con el título	4,16	3,85	4,36	3,86	4,12
ISGC-P07-04: Grado de satisfacción global del PAS con el Centro	3,63	3,59	3,76	3,64	3,83
ISGC-P07-05: Índice de inserción profesional en cualquier sector profesional (año realización encuesta)	36,17	53,57	85,71	51,35	46,88
ISGC-P07-06: Tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados (año realización encuesta)	100	80	83,33	68,42	80
ISGC-P07-07: Tasa de autoempleo (año realización encuesta)	0	0	16,67	0	6,67
ISGC-P07-08: Tasa de inserción con movilidad geográfica (año realización encuesta)	29,41	60	50	57,89	53,33
ISGC-P07-09: Grado de satisfacción de los egresados con los estudios realizados (año realización encuesta)	3,27	2,82	2,93	2,73	2,55
ISGC-P07-10: Grado de satisfacción de los egresados con las competencias adquiridas en los estudios realizados (año realización encuesta)	-	-	-	-	2,53
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%

El índice de satisfacción del alumnado con el título mantiene la línea del curso anterior y sigue siendo muy positivo, lo que pone en valor el esfuerzo realizado por todos durante estos cursos marcados por la pandemia y la crisis de la Covid. Con respecto a la satisfacción de los otros dos públicos -PDI y PAS-, estos también se siguen manteniendo, siendo también estos indicadores muy positivos.

Aún así, se mantienen los esfuerzos y acciones de mejora emprendidos en mejorar la satisfacción de nuestros públicos con el grado, y que se pueden ver en el seguimiento de los planes de mejora de este autoinforme, al objeto de seguir mejorando este indicador.

La tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción ha mejorado más de 12 puntos en el caso del alumnado y se sitúa en el 21% mientras que en el caso del profesorado se mantiene respecto a cursos anteriores (26%) si bien los datos son inferiores a los del centro. En cualquier caso, hay que valorar positivamente el dato del alumnado pues se ha pasado de

un 9% a un 21%, si bien se debe seguir incidiendo en mejorar este indicador para contar con información más fiable en cuanto a la percepción que alumnos y profesores tienen del título.

En general el número de quejas, incidencias y sugerencias es reducido.

**Puntos Fuertes:**

Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción del alumnado ha mejorado en 12 puntos.  
El grado de satisfacción global con el título del alumnado, el profesorado y el PAS es muy positivo.  
El número de quejas, incidencias y sugerencias es reducido

**PLAN DE MEJORAS**

Recomendación DEVA o punto débil	Acciones de mejora a desarrollar	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Indicador de seguimiento (en su caso)
<p>Informe de seguimiento del plan de mejora 13/07/2021</p> <p><b>Recomendación 9:</b> Se recomienda mejorar los indicadores generados y difundidos desde el SGC procedentes de datos de encuesta, con información sobre el tamaño y representatividad de la muestra, así como sondear la opinión del PAS y los empleadores en relación a los aspectos de la titulación en los que están implicados. En particular, es importante disponer de la valoración del colectivo de empleadores sobre las competencias adquiridas por los estudiantes</p>	<p>Acción de mejora 1: Propuesta de una encuesta para empleadores que profundice en cómo valora el colectivo de empleadores las competencias adquiridas por los estudiantes durante su formación y envío de las mismas a las empresas que participan en el programa de prácticas curriculares</p>	<p>Equipo Decanal</p>			
<p>Informe de seguimiento del plan de mejora 13/07/2021</p> <p><b>Recomendación nº 12:</b> Se recomienda tomar medidas para mejorar el grado de satisfacción de los estudiantes con la coordinación entre los profesores del título</p>	<p>Acción de mejora: Mantener reuniones trimestrales con el profesorado del grado y mejorar la comunicación entre los mismos, incidiendo en que el coordinador de las asignaturas que se imparten entre distintos profesores organice el reparto docente y se informe puntualmente a los alumnos de dicha planificación.</p> <p>En este sentido, se busca fomentar la comunicación con la coordinación para que todas las actividades que realiza el profesorado quede coordinada e integrada. Crear una plantilla de actividades previstas para que</p>	<p>Vicedecano responsable de Ordenación académica y Coordinación del Grado</p>	<p>Septiembre 2021</p>	<p>Junio 2022</p>	<p><b>ISGC-P04-10</b></p>

	<p>tanto la coordinación como el Vicedecano de Ordenación académica puedan repartir la carga de trabajo de los estudiantes.</p> <p>El indicador ha alcanzado el mayor valor de la serie histórica en el curso 20/21. A pesar de ello se mantiene esta acción de mejora que parece funcionar.</p>				
<p>Informe de seguimiento del plan de mejora 13/07/2021</p> <p><b>Recomendación nº 13:</b> Se recomienda tomar medidas para corregir las tasas de graduación y abandono hasta alcanzar los niveles previstos inicialmente.</p>	<p>Acción de mejora nº 1: Diseño de una estrategia de promoción en RRSS del grado en marketing e investigación de mercados Evidencia: <a href="https://bit.ly/3tkNEHU">https://bit.ly/3tkNEHU</a></p> <p>Acción de mejora nº 2: Modificación de la memoria del grado para aplicar un cambio en el itinerario curricular del alumno por el que se modifique la organización de las asignaturas que se imparten en el mismo. Evidencia: <a href="https://bit.ly/3t9ekeV">https://bit.ly/3t9ekeV</a></p> <p>Acción de mejora nº 3: Reuniones con los alumnos de tercer y cuarto curso para informarles sobre los principales aspectos del último curso, poniendo especial énfasis en todo lo relativo al TFG. Evidencia: <a href="https://bit.ly/3thAZ8L">https://bit.ly/3thAZ8L</a></p> <p>Acción de mejora nº 4: Organización de charlas, seminarios y jornadas para acercar el mundo del marketing fuera de las aulas Evidencia: <a href="https://bit.ly/3F8jiLZ">https://bit.ly/3F8jiLZ</a></p>	<p>Decano y Coordinación del Grado</p> <p>Decano. Vicedecana de calidad y Coordinación del Grado</p> <p>Coordinación del Grado</p> <p>Coordinación del Grado</p>	<p>Febrero de 2020</p> <p>Febrero de 2020</p> <p>Septiembre de 2021</p> <p>Septiembre de 2021</p>	<p>Septiembre de 2022</p> <p>Septiembre de 2025</p> <p>Junio de 2022</p> <p>Junio de 2022</p>	<p><b>ISGC-P04-04: Tasa de abandono</b></p> <p><b>ISGC-P04-05: Tasa de graduación</b></p>

	<p>Acción de mejora nº 5: proyecto de innovación docente para crear un departamento de comunicación gestionado por alumnos para potenciar la comunicación digital del grado</p> <p>Evidencia: <a href="https://bit.ly/3HUUW9hd">https://bit.ly/3HUUW9hd</a></p>	Coordinación del Grado	Septiembre de 2021	Junio de 2022	
<b>Punto débil nº 1:</b> Tasa de adecuación del título	<p>Acción de mejora nº 6: proyecto de innovación docente para crear un departamento de comunicación gestionado por alumnos para potenciar la comunicación digital del grado</p> <p>Evidencia: <a href="https://bit.ly/3HUUW9hd">https://bit.ly/3HUUW9hd</a></p>	Decano y Coordinación del Grado	Noviembre de 2021	Junio de 2022	<b>ISGC-P06-01. Tasa de adecuación del título</b>
<p>Informe de seguimiento del plan de mejora 13/07/2021</p> <p><b>Recomendación nº 3:</b> Mejorar la satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación profesional</p>	<p>Acción de mejora: Organización de jornadas, conferencias y actividades vinculadas con profesionales del sector y con egresados de la facultad para que cuenten su experiencia profesional. Mejorar la comunicación con los alumnos a la hora de informar sobre este tipo de actividades, así como otras organizadas por el centro o la universidad tales como el plan PIFE</p> <p>Evidencia: <a href="https://bit.ly/332c1zq">https://bit.ly/332c1zq</a></p> <p>Hay que indicar que el indicador se ha situado este curso 20/21 en un 3,04, el valor más alto de la serie histórica</p>	Coordinación del Grado	Septiembre de 2021	Junio de 2022	<b>ISGC-P06-08: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional</b>

