



# **Autoinforme Global de Renovación de la Acreditación de los Títulos Oficiales.**

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

### **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: 27 de junio de 2016</b>	<b>Fecha: 27 de junio de 2016</b>

**I. INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE.**

**Criterio 1:** El título proporciona la información pública suficiente y relevante de cara al estudiante y a la sociedad.

**Análisis y Valoración:****1. Información pública de la Universidad de Cádiz.**

La Universidad de Cádiz publica y actualiza sistemáticamente en la web institucional (<http://www.uca.es>) los contenidos adecuados para todos los grupos de interés a los que se dirige dividiéndolos en cuatro grandes ámbitos: estudiantes, profesorado, administración y servicios, y visitantes y empresas. Bajo el perfil Estudiantes, se accede directamente a los recursos necesarios para llevar a cabo sus actividades en la institución: información institucional, estudios, expediente, alojamiento, transporte, programas y becas de movilidad, atención a la discapacidad, etc.

El acceso mediante ámbitos se complementa con otros de tipo temático, que varían en función de la oportunidad y momento, como el acceso directo a los procesos de admisión y de matrícula, convocatorias de becas y ayudas al estudio, la oferta general de estudios y otros.

**2. Información pública de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación**

La información que publica la web de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (<http://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 esta web se pueden encontrar los enlaces a las páginas específicas de las titulaciones que se imparten en la Facultad, información destinada al alumnado (Programa docente de las asignaturas, normativa, horarios de tutorías del profesorado, órganos de representación de los estudiantes, programa de orientación y apoyo, movilidad, prácticas en empresas y otras convocatorias y servicios de su interés), y enlaces e información de interés para el profesorado (SIRE, gestión de actas, calendario de exámenes y reglamentos). Asimismo se facilita el acceso a recursos de uso común, como el Buzón de Atención al Usuario, el Campus virtual, el Directorio de la Universidad de Cádiz o el Calendario académico.

Esta página web ha experimentado un proceso de renovación en los últimos años con el fin de mejorar tanto el aspecto visual como la usabilidad de la misma. Asimismo, se han incluido las especificaciones de información pública requeridas para la renovación de la acreditación de los Grados. En estos momentos la Facultad participa en un plan piloto con el fin de cambiar el sistema de gestión de la página web de un programa comercial ([WebControl CMS](#)) a un software libre ([WordPress](#)) más versátil y que ofrece mayores posibilidades.

**3. Información pública del Grado en Marketing e Investigación de Mercados**

La información sobre el Grado en Marketing e Investigación de Mercados se encuentra disponible en la página Web del título desde el apartado de Grados <http://goo.gl/oaHqY9>

En la página del Grado en Marketing e Investigación de Mercados podemos distinguir tres secciones:

- Información: donde se ofrece la información sobre el coordinador del título, la dirección de la página de Facebook del Grado, la memoria verificado del título y el apartado de información pública (del que más adelante hablaremos)
- Guía docente 2015-16: en esta guía se ofrece información al alumno del calendario académico; los programas de las asignaturas, con enlace a la aplicación de la fichas de las asignaturas; los horarios de clase en formato PDF (el horario general del Grado y los horarios semanales separados por curso, turno y semestre); el calendario de exámenes general y los específicos por convocatoria; el enlace a la información de prácticas en empresa; el enlace a la página del Trabajo Fin de Grado; el programa de la asignatura de refuerzo de matemáticas; y, por último, el enlace a la página de movilidad del centro, en la que se ofrece información de la movilidad internacional (Erasmus) y nacional (SICUE).
- Guía docente del curso anterior: La misma información que en el anterior apartado pero para cursos anteriores.

La información pública del grado, a la que se puede acceder directamente en la dirección <http://goo.gl/LGBqjO>. Esta 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 3, del 25 de septiembre de 2014) y el Protocolo del programa de Acreditación de la Dirección de Evaluación y Acreditación, (versión v01, del 6 de marzo de 2014), establecidos por la Dirección de Evaluación y Acreditación (DEVA) de la Agencia Andaluza del Conocimiento (AAC).

#### 4. Contenido, estructura y difusión de la información pública.

Las fichas de las asignaturas (Fichas 1B enlace: <http://goo.gl/ne1uR6>) contienen el programa docente de cada una de ellas. En ellas constan 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 docentes, son visadas por el coordinador del título y, finalmente, confirmadas por los directores de departamento después de su aprobación en los consejos de departamento. Es importante destacar en este sentido la colaboración de los profesores del Grado en Marketing e Investigación de Mercados que en los últimos cursos han completado las fichas 1B en tiempo y forma alcanzándose la cifra del 100% de asignaturas validadas en el curso 14/15, por encima del 83% que presenta la UCA en ese mismo curso (<RSGC-P04-02>).

La información sobre el calendario académico, horarios de clase y horarios de exámenes se ofrece en el apartado denominado *Guía docente 2015-16* de la web del Grado.

En primer lugar se ofrece un enlace al calendario académico (<http://goo.gl/IHKJ4B>) de la Facultad de Ciencias Sociales y la Comunicación, con indicación de los periodos de docencia de los dos semestres del curso, las fechas de las cuatro convocatorias de exámenes del curso (la extraordinaria de diciembre y las ordinarias de febrero, junio y setiembre) y los días hábiles e inhábiles del curso).

En segundo lugar, se ofrecen los horarios de clase. Primero el horario general (<http://goo.gl/2iiOmy>), en el que consta el horario de teoría y práctica de cada asignatura, y además los horarios semanales por curso, semestre y turno, en el que se especifica con más exactitud los horarios semanales de cada asignatura.

Por último se ofrece el calendario de exámenes del curso, también de dos maneras. La primera donde aparecen las fechas de examen de cada asignatura para todas las convocatorias del curso (<http://goo.gl/V2kbSw>) y en segundo lugar donde se ofrecen los calendarios por convocatorias (aquí enlace de febrero <http://goo.gl/58Tb4B>) con indicación de horas y espacios.

Tanto los horarios generales de clase, como el calendario general de exámenes se aprueban por la Comisión de Garantía de Calidad y Junta de Facultad en el mes de junio, una vez que el Vicedecano de Ordenación Académica haya celebrado reuniones informativas con los profesores del Grado (en el enlace convocatoria curso 15-16 <https://goo.gl/1KbMT8>)

Con respecto a la información sobre el Trabajo de Fin de Grado, el enlace lleva a la página de la Facultad sobre el TFG (<http://goo.gl/9IzIIG>) en el que se incluye información general sobre la normativa del TFG, tanto la general de la universidad como la específica de la facultad; el cronograma para la asignación del TFG y el calendario de defensa; la información sobre temas, tutores, tribunales y calificaciones, con una página específica para cada grado; los impresos necesarios y por último la normativa para la publicación de los TFGs en el repositorio de la UCA.

La página del Grado ofrece también información específica sobre las Prácticas Curriculares (<http://goo.gl/2A9g90>), con la normativa de la universidad y la propia del centro, así como con información para aquellas empresas que quieran colaborar con nosotros, y un apartado específico para la información académica que incluye el calendario de prácticas, información sobre la convalidación de prácticas extracurriculares y los listados de empresas colaboradoras.

Como complemento a la información del TFG y de las prácticas, el grado tiene un espacio en el Campus Virtual (<https://goo.gl/6OKDLI>) para el Trabajo de Fin de Grado en el que, aparte de instrumentos de evaluación para los tutores académicos y las comisiones evaluadoras, los alumnos tienen información institucional y académica, así como enlaces web que les pueden ayudar a la hora de confeccionar su TFG; igualmente las prácticas en empresa también tienen presencia en el Campus Virtual completando así la información que, desde la web de la Facultad, se ofrece al alumno.

La Facultad participa en las actividades de orientación universitaria que organiza la Universidad de Cádiz. En las Jornadas de Orientación (<http://goo.gl/ZVptRw>), que se realizan en varias localidades de la provincia (en el curso 2014-15 las jornadas tuvieron lugar en Cádiz, Jerez, San Fernando, Puerto Real, Algeciras, Sanlúcar y Bornos) y a las que acuden alumnos de enseñanzas medias (y en algunas localidades también los padres), cada centro coloca un stand atendido por miembros del equipo directivo del centro, profesores y alumnos que ofrecen información sobre los grados y responden a las dudas de los alumnos prospectivos. También se llevan a cabo visitas guiadas a los diferentes centros de la UCA (<http://goo.gl/LK62qm>). Nuestra Facultad forma parte del itinerario 3: Ciencias Sociales y Jurídicas (<http://goo.gl/IDwh3w>). En estas visitas, solicitadas por los centros de enseñanzas medias, se muestran las instalaciones, equipamientos y servicios.

Para la difusión de los títulos también se elaboran trípticos y dípticos en los que se resume la información más relevante del grado y que han tenido una amplia difusión en los grupos de interés (<https://goo.gl/f6pgGp>).

Asimismo el Grado tiene presencia en las redes sociales, en concreto en *Facebook* con 627 seguidores <https://www.facebook.com/marketingUCAjerez>. Este Facebook se ha convertido en uno de los canales de

comunicación más populares del Grado, los contenidos o información que se van añadiendo a la comunidad son aquellos relacionados con el Grado y la Facultad de Ciencias Sociales que puedan servir de interés a los miembros de la misma, desde noticias generales del grado, fechas, horarios, becas, información sobre prácticas de empresa, trabajo fin de grado, estructura del grado, celebración de conferencias, seminarios, jornadas, actos, etc, así como información sobre el mundo del marketing, la comunicación y el emprendimiento. Para el curso 2014/2015 se llevó a cabo una actuación avalada para la mejora docente (enlace a página Web de innovación docente <http://goo.gl/ZFP4Fz>) referida a la creación y gestión de un canal de Facebook para el Grado en Marketing e Investigación de Mercados y comprobar mediante una encuesta cuál ha sido su aceptación por el alumnado, los detalles de dicha encuesta se detalla en el posterior punto “Análisis de la información Pública” (Enlace a la memoria final de la actuación avalada para la mejora docente <https://goo.gl/QpHtpa>).

Por otra parte el centro cuenta con un canal de *Youtube* en el que se pueden ver los vídeos promocionales de los Grados de la Facultad diseñados y hechos por alumnos (<https://goo.gl/lzGmHZ>) (Aquí enlace al canal del Grado de Marketing e Investigación de Mercados <https://goo.gl/3n7smo>). También reciben los alumnos información sobre el Grado en el espacio habilitado para el título en el Campus Virtual de la Universidad (<https://goo.gl/6OKDLI>).

## 5. Análisis de la Información Pública.

Para el análisis de la información pública, el Sistema de Garantía de Calidad cuenta con un procedimiento específico, el P13 - Procedimiento de Auditoría Interna del Sistema de Garantía de Calidad de los títulos de la UCA (<http://goo.gl/c7eGAj>). Dentro de este procedimiento de auditorías, se incluye una auditoría específica de la información pública de los grados, a través de la cual se están auditando todos los títulos de la UCA.

La información pública del Grado se ha actualizado también con los informes de seguimiento de la DEVA (<http://goo.gl/gyczRZ>). En concreto en el informe del curso 11-12 se recomendaba unificar la información tomando como referencia la memoria en los dos siguiente elementos: las salidas académicas en relación con los estudios y en las salidas profesionales. Ambas recomendaciones fueron atendidas convenientemente según el informe de seguimiento posterior (curso 12-13/13-14). Los dos informes posteriores (el 12-13/13-14 y el 14-15) no mencionan aspectos mejorables de la información pública del grado.

En el informe de Auditoría interna del Grado realizada por la Agencia Andaluza del Conocimiento (AAC) en el curso 11-12 se realiza una observación acerca de la información pública del título en ese curso (<https://goo.gl/4R74ea>). En dicha observación se pide la reelaboración del plan de información pública del título (RSGI-PC08-02) en ese curso 11-12 ya que no había sido realizado por falta de información. Dicha observación fue tratada y resuelta adecuadamente mediante la reelaboración y carga de nuevo en el gestor documental del plan de información pública del título (RSGI-PC08-02) siguiendo las recomendaciones realizadas, es decir, incluyendo las observaciones realizadas por la Agencia Andaluza del Conocimiento en su auditoría de información pública (<https://goo.gl/asTFtr>).

Por otra parte otro de los procedimientos del SGC, el P01: Procedimiento de difusión e Información Pública del Título (<http://goo.gl/GHVRjF>), es un instrumento que establece el modo en el que los Centros de la Universidad de Cádiz (UCA) hacen pública la información actualizada relativa a los títulos que se imparten para el conocimiento de sus grupos de interés. Con los datos del documento [RSGC-P01-01: Informe global de indicadores](#) podemos conocer el grado de satisfacción de los usuarios con la información.

Tanto en el grado de Satisfacción de los estudiantes con la utilidad de la información pública del título como en el grado de Satisfacción de los estudiantes con la actualización de la información pública vemos que se ha estabilizado en el curso 14-15, situándose a un nivel medio respecto a los dos anteriores cursos. Sin embargo, en el curso 14-15 comprobamos que el grado satisfacción es ligeramente inferior a la del Centro con lo tendremos que prestarle especial atención. Es un dato llamativo, ya que la información que aparece en la página web es similar a la de los otros títulos de la Facultad.

Respecto el grado de Satisfacción del PDI con la disponibilidad de la información pública del título vemos que ha ido aumentando progresivamente, siendo la más alta en el último curso y estando por encima de la satisfacción del Centro y la Universidad.

TÍTULO	Grado de Satisfacción de los estudiantes con la utilidad de la información pública del título.		
	2012-13	2013-14	2014-15
Grado en Marketing	3	3,29	3
Centro	3,09	3,25	3,21
Universidad de Cádiz	3,08	3,27	3,3

TÍTULO	Grado de Satisfacción de los estudiante con el grado de actualización de la información pública del título.		
	2012-13	2013-14	2014-15
Grado en Marketing	2,87	3,2	3

Centro	2,9	3,27	3,15
Universidad de Cádiz	2,89	3,23	3,28

TÍTULO	Grado de Satisfacción del PDI con la disponibilidad de la información pública del título		
	2012-13	2013-14	2014-15
Grado en Marketing	3,88	3,9	4,5
Centro	3,63	3,75	4,08
Universidad de Cádiz	3,6	3,74	3,84

Tanto en el grado de Satisfacción de los estudiantes con la utilidad de la información pública del título como en el grado de Satisfacción de los estudiantes con la actualización de la información pública vemos que se ha estabilizado en el curso 14-15, situándose a un nivel medio respecto a los dos anteriores cursos. Sin embargo, en el curso 14-15 comprobamos que el grado satisfacción es ligeramente inferior a la del Centro con lo tendremos que prestarle especial atención. Es un dato llamativo, ya que la información que aparece en la página web es similar a la de los otros títulos de la Facultad.

Respecto el grado de Satisfacción del PDI con la disponibilidad de la información pública del título vemos que ha ido aumentando progresivamente, siendo la más alta en el último curso y estando por encima de la satisfacción del Centro y la Universidad.

En el informe de resultados de análisis de la satisfacción sobre el procedimiento para la evaluación de la satisfacción de los grupos de interés (P08 <https://goo.gl/1Tsioi>) encontramos también un ítem acerca de la información del título que podemos incluir en nuestro análisis: "Aspectos relacionados con la información que dispone el alumnado sobre el título". En este caso no encontramos comparativas con la UCA y el centro, sin embargo, los datos aportados por este ítem son muy similares a los ya vistos en el grado de satisfacción del alumnado.

TÍTULO	Aspectos relacionados con la información que dispone el alumnado sobre el título		
	2012-13	2013-14	2014-15
Grado en Marketing	3	3,2	3

Por último cabe comentar la encuesta realizada al alumnado del Grado dentro de la una actuación avalada para la mejora docente en el curso 2014/2015 (<https://goo.gl/QpHtpa>), en la cuál mediante una encuesta realizada a través de Google (<https://goo.gl/5l191Z>) y enviada a los alumnos a través del campus virtual del Grado (<https://goo.gl/wah38Y>). En dicha encuesta se pregunta a los alumnos si que la red social del Grado puede ayudar a mejorar el interés y el compromiso del alumnado con el Grado. Los resultados fueron de un 91% Sí y un 9% NO, por lo que el alumno valora muy positivamente la creación y la gestión de la cuenta de Facebook del Grado como uno de los canales de comunicación.

En general podemos comprobar la información que presenta el título es una información útil, actualizada y exhaustiva, que llega a los usuarios a través de múltiples canales.

**Puntos Fuertes y/o logros:**

**Puntos Débiles:**

La información pública del título se adecúa al protocolo específico de evaluación de la información pública establecidos por la Dirección de Evaluación y Acreditación (DEVA) de la Agencia Andaluza del Conocimiento (AAC).

La información sobre el Grado se encuentra disponible y accesible en la página web del título.

La difusión de la información a través de múltiples canales (página web, redes sociales, campus virtual, etc.).

Si bien los indicadores de satisfacción muestran resultados satisfactorios con la Información Pública, consideramos que deben de mejorar entre el alumnado.

**Autoinforme del curso:**

**Propuestas de mejora más relevantes:**

**Impacto provocado en el título (relación causa-efecto):**

2013/2014	<p>Mejorar los sistemas de información y comunicación del Grado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Rediseño de la web del Centro.</li> <li>Reorganización de la información</li> </ul>	<p>Se observa una mejora en la satisfacción con la Información Pública en el PDI, respecto al alumnado no se aprecia una modificación en la satisfacción con la información pública a corto plazo por lo que</p>
-----------	---	--

	<p>pública del Grado en la web del Centro.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Creación de espacios del Grado en las redes sociales (Facebook). <a href="https://www.facebook.com/marketingUCAjerez">https://www.facebook.com/marketingUCAjerez</a></li> </ul>	<p>estaremos pendientes a su evolución en los próximos cursos. Se puede observar en el apartado 5 de este criterio I.</p> <p>Sí se observa una muy buena satisfacción del alumnado sobre la disponibilidad y la gestión del Facebook del Grado como uno de los canales de comunicación del Grado en una encuesta realizada al alumnado y que forma parte de una actuación avalada para la mejora docente en el curso 14-15 (<a href="https://goo.gl/QpHtpa">https://goo.gl/QpHtpa</a>)</p>
2013/2014	<p>Mejorar la promoción del Grado de cara a incrementar la adecuación de los estudiantes al título:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Preparar material audiovisual relacionado con el Grado para su uso en las Jornadas de Orientación Universitaria (<a href="https://goo.gl/3n7smo">https://goo.gl/3n7smo</a>)</li> </ul>	<p>Todavía no se ha podido medir el impacto de la acción sobre los indicadores</p>

## II. INFORMACIÓN RELATIVA A LA APLICACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE LA CALIDAD Y DE SU CONTRIBUCIÓN AL TÍTULO

*Criterio 2: El título posee un Sistema de Garantía de Calidad (SGC) determinado e implementado con los mecanismos necesarios para obtener la información sobre el desarrollo de la implantación del título y orientado a la mejora continua.*

### Análisis y Valoración:

#### 1. Diseño, implantación y revisión del Sistema de Garantía de Calidad.

La Universidad de Cádiz (UCA) para dar cumplimiento al Real Decreto 1393/2007, de 29 de Octubre (BOE nº 260, 30/10/2007), por el que se establece la ordenación de las Enseñanzas Universitarias Oficiales, diseñó un Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC) para todos sus centros y títulos.

La versión 0.1 del SGIC de la UCA fue diseñada según la convocatoria AUDIT de la ANECA y se aprobó por Consejo de Gobierno el 15 diciembre de 2008 (BOUCA 87, 16 de enero 2009). En el año 2010 ANECA certificó el diseño del SGIC de la UCA por su alineación con los criterios del Programa AUDIT.

En su primera versión, el despliegue del SGIC resultó laborioso y extenso, puesto que requería una profusión documental que hacía que su realización completa fuera prácticamente inviable por parte de los agentes y unidades implicados en la misma.

Además, se hacía necesario facilitar su alineación a procedimientos de seguimiento y acreditación de la AAC, manteniendo el cumplimiento de las normas y directrices del programa AUDIT, e integrando las propuestas de mejora facilitadas por los centros.

En consecuencia, de acuerdo con los diferentes procedimientos de revisión del SGIC, posterior SGC (PA01 de la v0.1 y 0.2 y P16 de la v1.0), se ha modificado en tres ocasiones (SGC UCA v0.2 BOUCA 108 de 17 junio de 2010 y SGC UCA v1.0 BOUCA 152 de 21 diciembre 2012 y SGC UCA v1.1 BOUCA 180 de 20 enero 2015).

Todas las modificaciones aplicadas en el SGC de los títulos, ha sido fruto del análisis y la revisión realizada por los diferentes grupos de interés a través de: diferentes reuniones mantenidas con los centros para la detección de necesidades del SGC, los trabajos de análisis de los procesos transversales del vicerrectorado competente en calidad, las diferentes valoraciones del funcionamiento y puesta en marcha del SGC que se identifican en los autoinformes de seguimiento anual de los títulos, informe global de las auditorías internas de seguimiento de la Inspección General de Servicios de la UCA (IGS), así como en los diferentes estudios de convergencia de procedimientos entre las versiones del SGC y su correlación con las directrices de la DEVA.

#### 2. La Comisión de Garantía de Calidad.

En el contexto del Sistema de Garantía de Calidad, es la Comisión de Garantía de Calidad del Centro (CGC) el órgano responsable del seguimiento, evaluación, y control de calidad de los títulos del centro. Dicha Comisión se regula por su propio reglamento de funcionamiento, que recoge todo lo relativo a su composición, funciones, etc. <https://goo.gl/OGEv9c>

Para poder llevar a cabo estas actividades de manera eficiente, el diseño de la CGC se ha realizado teniendo en cuenta en su composición, a todos los grupos de interés y que pueden ser claves en la toma de decisiones que a dicha Comisión compete. De esta forma, además del Decano y Secretario de Centro, están presentes en la misma los coordinadores de títulos del Centro, un profesor y un estudiante representante por título, un representante del personal de administración y servicios y dos agentes externos.

Entre las funciones que la CGC ha desarrollado podemos destacar la elaboración, supervisión y aprobación en su caso de 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, ha creído convenientes para la mejora del propio título; ha hecho el seguimiento continuado de los títulos, revisando, actualizando y mejorando el programa formativo y todos aquellos aspectos en los que se han detectado puntos débiles; ha velado por el cumplimiento de los objetivos y ha valorado el grado de satisfacción de los grupos de interés con el título.

Prueba de todo ello son los autoinformes anuales de seguimiento, realizados en forma y tiempo, y la atención y respuesta a las recomendaciones de los informes de seguimiento (Sistema de Garantía de Calidad: P14-Procedimiento para el seguimiento, evaluación y mejora del título) así como el diseño y seguimiento a las acciones de mejoras planteadas.

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://ccsociales.uca.es/ccsociales/portal.do?TR=C&IDR=217> y en la documentación disponible en gestor documental del Sistema de Garantía de Calidad [http://gestordocsgic.uca.es/wuca\\_sgc\\_v11\\_titulaciones](http://gestordocsgic.uca.es/wuca_sgc_v11_titulaciones).

### **3. Despliegue de los procedimientos incluidos en la memoria verificada.**

Actualmente se encuentran implantados el 100% de los procedimientos del SGC. Si bien Cabe reseñar que el “Procedimiento para el seguimiento de la inserción laboral y satisfacción de los egresados con la formación recibida” (P07) tiene establecida su aplicación a los tres años desde la finalización de los estudios de grado.

### **4. Valoración sobre el gestor documental (GD-SDC).**

El gestor documental es un instrumento de gran utilidad para el seguimiento de los títulos. Desde su puesta marcha en el curso 2009-2010, el GD-SGC (<http://sgc.uca.es>) ha sufrido diversas modificaciones con objeto de facilitar el uso y aplicabilidad para el seguimiento de los títulos. Habitualmente estas modificaciones se han realizado en paralelo con la revisión del SGC UCA, tal como se puede evidenciar en el propio GD-SGC. Estas mejoras han tenido un impacto beneficioso en el título, que entre otras cosas ha simplificado los procedimientos a seguir y se han adaptado mejor a los momentos en los que están disponibles los datos necesarios para su cumplimentación. Por consiguiente cabe hacer una valoración positiva del mismo.

### **5. Contribución del SGC a la mejora del título.**

En el momento actual, tras la profunda revisión sufrida desde la primera versión del Sistema de Garantía de Calidad ya comentada, es posible afirmar que los procedimientos e indicadores diseñados parecen adecuados para el seguimiento y mejora del título.

El ejemplo más significativo de ello lo constituye el Procedimiento para la Planificación, Desarrollo y Medición de los Resultados de las Enseñanzas (P04) cuyos indicadores proporcionan información precisa sobre la satisfacción global de los estudiantes con la planificación de las enseñanzas y el desarrollo de la docencia, sobre la satisfacción global de los profesores con su actividad académica y las tasas de rendimiento, de éxito, de abandono y de graduación entre otras. En este sentido, conviene apuntar que, en su momento, se creó una plataforma (<http://rendimiento.uca.es> y <http://sistemadeinformacion.uca.es>), accesible para el profesorado, en la que constan todas estas tasas relativas a cada asignatura desde el inicio del grado; junto a otros indicadores, no cabe duda de que el conocimiento de tales datos contribuye a la mejora de la actividad docente.

Igualmente otros procedimientos del SGC de la UCA se han convertido en herramientas útiles para la toma de decisiones acerca del Título y para poder contar con herramientas cuantitativas y cualitativas sobre las que poder trabajar. Así, por ejemplo, el Informe de Análisis del Perfil de Ingreso (RSGC-P02-03) permite conocer con más detalle el perfil de los alumnos que inician estudios en el Grado, o el Informe Global del Título (RSGC-P04-02)

De manera global el grado de cumplimiento del SGC de la UCA se mide por el siguiente indicador: Implantación del SGC de los títulos de la UCA, medido a través del % global de registros (RSGC) cargados en dicho GD-SGC.

En particular, como refleja la tabla siguiente el nivel de cumplimiento del Grado en Marketing e Investigación de Mercados

es muy satisfactorio

% RSGC cargados en GD-SGC bajo responsabilidad del Centro					
2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-14	2014-15
	100%	100%	100%	100%	100%

Todo ello se puede evidenciar en el propio GD-SGC de dicho título (<http://goo.gl/FBYO1F>)

## 6. Plan de mejora.

En octubre de 2012, el Sistema de Garantía de Calidad relativo al Grado en Marketing e Investigación de Mercados fue sometido a auditoría interna según el plan establecido en el *Procedimiento para la auditoría interna del SGC* (P13), bajo la responsabilidad de la Inspección General de Servicios de la Universidad de Cádiz. El informe de auditoría interna no reflejó ninguna no conformidad, se detectaron varios puntos fuertes así como una observación y tres recomendaciones que fueron debidamente atendidas en el Procedimiento de Seguimiento, Evaluación y Mejora del Título (P14) del curso 2011-2012 (<https://goo.gl/B3wSuQ>).

La versión actual del Sistema de Garantía de Calidad incluye el Procedimiento de Seguimiento, Evaluación y Mejora del Título (P14) que consiste en la elaboración para cada curso del documento Autoinforme para el Seguimiento del Título. Desde el Autoinforme del curso 2011-2012 se ha incorporado un plan de mejora, proponiendo acciones concretas a llevar a cabo, las fechas de inicio y final de realización de las mismas y el responsable de su desarrollo. Algunas de estas acciones puede observarse en el siguiente cuadro siguiente

Autoinforme del curso:	Propuesta de mejora:	Impacto observado en el título:
2011/2012 2012/2013	Incrementar la participación del profesorado en proyectos de innovación docente mediante una mayor divulgación e incentivación de dichas convocatorias entre el profesorado.	El porcentaje de participación del profesorado en las convocatorias de innovación ha experimentado un aumento considerable desde un 0% en el curso 2010-11 y un 20,50% en el curso 2011-2012, hasta el 32,20% en el curso 2014-15.
2013/2014	Analizar la Tasa de abandono <ul style="list-style-type: none"> <li>Mediante colaboración de los alumnos de 1º curso en la recogida de información a través de un cuestionario en la que hemos identificado algunas de causas o razones para abandonar el título</li> </ul> A través de una encuesta telefónica a una muestra de alumnos que han abandonado el Grado.	En este informe ( <a href="https://goo.gl/6YmnaJ">https://goo.gl/6YmnaJ</a> ) podemos encontrar las principales causas o razones detectadas de abandono, además de establecer una elaboración y difusión de información sobre los estudios de Grados para futuros estudiantes  Con la finalidad de profundizar en este problema, entre las acciones de mejora del curso 2015/16 para el Contrato Programa del Centro, se incluye como acción 3, "Reducir la tasa de abandono en los Grados de Turismo, Gestión y Administración Pública y Marketing e I.M". buscando las causas del abandono <a href="https://goo.gl/87hxNq">https://goo.gl/87hxNq</a>
2013/2014	Analizar las causas de la baja satisfacción del alumnado con la docencia y con la coordinación entre el profesorado del Grado: Reunión individual con 16 alumnos del Grado (4 de cada curso) para profundizar en el grado de satisfacción mediante los distintos ítems que lo conforman. (Relación de alumnos entrevistados <a href="https://goo.gl/eZfjYg">https://goo.gl/eZfjYg</a> ) (Acta de las entrevistas <a href="https://goo.gl/c9kB2h">https://goo.gl/c9kB2h</a> )	Después de la reunión con 16 alumnos del Grado (4 de cada curso) los alumnos dan una visión positiva del grado en general, no obstante también se llega a la siguiente conclusión: - Necesidad de mejorar la coordinación docente del profesorado, sobre todo en el tercer curso del grado, para ellos se ha propuesto la creación de un equipo docente compuesto por los profesores del Departamento de Marketing y Comunicación que impartan docencia en el grado. Esta acción de mejora está incluida en el presente autoinforme - También se pedirá al profesorado que en clase haga más hincapié en los distintos recursos bibliográficos y fuentes de información recomendados para cada asignatura.
2013/2014	Mejorar los sistemas de información y comunicación del Grado: <ul style="list-style-type: none"> <li>Rediseño de la web del Centro.</li> <li>Reorganización de la información pública del Grado en la web del Centro.</li> <li>Creación de espacios del Grado en las redes sociales (Facebook). <a href="https://www.facebook.com/marketingUCAjerez">https://www.facebook.com/marketingUCAjerez</a></li> </ul> )..	Algunas cuestiones no han podido ser evaluadas pero sí se observa, de manera general una mejora en la satisfacción entre los grupos e interés con la Información Pública disponible en la Web y su actualización



2013/2014	<p>Mejorar la difusión del Grado entre los potenciales alumnos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Preparación de material audiovisual relacionado con el Grado para su uso y difusión.</li> <li>Elaboración de un video que se ha incorporado al canal de YouTube de la Facultad</li> </ul> <p>Reelaboración de la información del Grado que se ofrece a los potenciales alumnos en la Jornadas de Orientación universitaria</p>	Aun no tenemos posibilidades de evaluar el impacto
-----------	---	--

### 7. Modificaciones para la mejora del título.

Fruto del análisis de los datos aportados por el Sistema de Garantía de Calidad y de la tarea realizada por la Comisión de Garantía de Calidad de la Facultad se han propuesto algunas modificaciones de la memoria verificada en 2009, dichas modificaciones se han especificado en cada autoinforme y todas dentro de "Modificaciones NO enviadas al Consejo de Universidades". En el autoinforme del curso 11/12 se especificaron 19 modificaciones, en el autoinforme del curso 12/13 1 modificación y finalmente en el autoinforme del curso 13/14 1 modificación también. (<https://goo.gl/sOTU6l>)

Todas las modificaciones mencionadas han sido incorporadas en la nueva edición de la memoria. Recientemente, la Dirección de Evaluación y Acreditación de la Agencia Andaluza del Conocimiento (DEVA) ha emitido un informe de evaluación favorable, aceptando las modificaciones propuestas sin ninguna recomendación al respecto.

### 8. Acciones ante las recomendaciones del informe de verificación y en los informes de seguimiento.

La ANECA emite un informe de verificación del Grado en Marketing e Investigación de Mercados en términos favorables y con fecha de 22/06/2010. No existen recomendaciones sobre el informe de verificación en los informes de seguimientos recibidos.

Hasta la fecha se han recibido tres informes de seguimiento que corresponden a los cursos 2011/2012, 2012/2013-2013/2014 y 2014/2015. Se ha dado cumplida respuesta a las recomendaciones de estos informes de seguimiento recibidos. En la siguiente tabla evidenciamos dichas recomendaciones de los informes de seguimiento. Además en el siguiente enlace podemos encontrar una versión más completa sobre el informe de seguimiento (<https://goo.gl/S1bYxS>).

Informes de Seguimiento de la DEVA:	Recomendaciones recibidas:	Acciones llevadas a cabo para dar respuesta a estas recomendaciones y evidencia contrastable:	Impacto observado en el título:
Convocatoria 2011/2012	Se recomienda publicar en Web los resultados de los indicadores.	<p><b>Acción:</b> Se publica en la información pública de la Web del título los resultados de los indicadores</p> <p><b>Evidencia:</b> <a href="http://ccsociales.uca.es/ccsociales/portal.do?TR=A&amp;IDR=1&amp;identificador=7411">http://ccsociales.uca.es/ccsociales/portal.do?TR=A&amp;IDR=1&amp;identificador=7411</a></p>	Mejora de la Información pública disponible. La información pública de la web ha mejorado su diseño y se encuentra alineada con lo establecido en la Guía para el seguimiento de la DEVA.
Convocatoria 2014/2015	Podría completarse el análisis proporcionando información sobre la composición de la plantilla en términos de categorías docentes y su variación respecto a lo contemplado en la memoria. También proporcionando mayores detalles, a ser posible cuantitativos, sobre méritos investigadores	<p><b>Acción:</b> En este autoinforme global del título se lleva a cabo un análisis de la plantilla por categoría docente y méritos investigadores.</p> <p><b>Evidencia:</b> Enlace a carpeta Colabora 5.1 Personal académico: <a href="https://goo.gl/1R7DWF">https://goo.gl/1R7DWF</a></p>	Mejora la Información respecto a la plantilla docente del título, tal como establece el informe de seguimiento de la DEVA
Convocatoria 2014/2015	La elevada tasa de abandono y la reducida tasa de graduación son el principal problema que reflejan los indicadores. Aunque el plan de mejoras	<p><b>Acción:</b> La mejora de estos indicadores se convierte en cuestión prioritaria. Desde la Coordinación del Título se siguen manteniendo reuniones informativas y deliberativas con el alumnado de todos los cursos y se mantienen las propuestas de mejora propuestas en el Autoinforme del curso 2013/2014 referentes a esta cuestión: "Lograr mayores tasas de graduación" y "Analizar la Tasa de abandono". En este autoinforme global del título se establece los resultados de los análisis que se han realizado para analizar dicha tasa de abandono.</p>	Consideramos que la puesta en marcha de estas acciones supondrá un mejor conocimiento de las causas de abandono entre el alumnado del Título y que contribuirá a poder

	<p><i>recoge acciones al respecto, deberían ser cuestiones prioritarias para los responsables de la titulación. Serán sometidas a especial seguimiento en futuros informes.</i></p>	<p>Desde el Centro, entre las acciones de mejora para el curso 2015/16 en el marco del Contrato Programa, se incluyen como Acción 2, "Incrementar la tasa de graduación" y como Acción 3, "Reducir la tasa de abandono en los Grados de Turismo, Gestión y Administración Pública y Marketing e I.M.". buscando las causas del abandono</p> <p>Del mismo modo, y con el objetivo de mejorar estos indicadores el Centro ha constituido la figura del Orientador Académico de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.</p> <p><b>Evidencia:</b> Acciones de mejora en el autoinforme del curso 13/14, realización del análisis de la tasa de abandono presente en este autoinforme global del título (Enlace a Colabora <a href="https://goo.gl/6Ymnaj">https://goo.gl/6Ymnaj</a>) y Contrato Programa del Centro.</p>	<p>mejorar la tasa de graduación y a reducir la tasa de abandono.</p>
--	---	---	---

<b>Puntos Fuertes y/o logros:</b>	<b>Puntos Débiles:</b>
<p>Consolidación de un Sistema de Garantía de Calidad cada vez más simplificado pero ajustado al proceso de renovación de la acreditación de los grados</p> <p>Obtención de datos e información a través de las acciones de mejora propuestas en el plan de Mejora del Título, que permiten un mejor conocimiento de aquellas cuestiones que se muestran como puntos débiles o problemas del Título y así poder enfrentar su solución</p>	<p>Plazos no ajustados al momento en el que se facilitan los datos.</p> <p>Necesidad de agilizar la disposición de la información relevante del Título (indicadores) asociada al SGC.</p> <p>Algunos indicadores muestran una escasa fiabilidad al estar basado en encuestas que han obtenido un número de respuestas muy bajo.</p>

<b>Autoinforme del curso:</b>	<b>Propuestas de mejora más relevantes:</b>	<b>Impacto provocado en el título (relación causa-efecto):</b>
13/14	<p>Mejorar el seguimiento de las acciones de mejoras propuestas en el título, creando un registro de control y seguimiento de evidencias para el título permite conocer en todo momento el estado en el que se encuentran estas acciones de mejora</p>	<p>Gracias al registro están unificadas e identificadas todas las acciones y sus evidencias en un mismo soporte, a la vez que nos permite seguir la trazabilidad de cada una de ellas. El registro proporciona una herramienta útil para el análisis longitudinal de las mejoras del Título</p>

### III. DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA FORMATIVO.

**Criterio 3:** El diseño de la titulación (perfil de competencias y estructura del currículum) está actualizado según los requisitos de la disciplina y responde al nivel formativo de Grado/Máster.

#### **Análisis y Valoración:**

##### **1.- Diseño del título.**

El desarrollo del plan de estudios, conforme a la Memoria verificada, de fecha 1-10-2010, 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.

En el desarrollo de las actividades formativas se ha contado con los recursos materiales y los servicios previstos, así como con el profesorado necesario para la impartición del título. Esta información se encuentra y se analiza en el criterio 5.

El proceso de enseñanza-aprendizaje se ha desarrollado de manera satisfactoria. Las metodologías docentes y los sistemas de evaluación son adecuados para la adquisición y valoración de las competencias del título, como puede desprenderse del grado de satisfacción de los grupos de interés. Esta información se encuentra y se analiza en el criterio 4

El buen desarrollo del plan de estudios viene a ser confirmado por los Informes de Seguimiento emitidos por la Agencia Andaluza del Conocimiento. Concretamente, en el Informe correspondiente a la convocatoria 2014-15 se califica como "satisfactorio" el apartado 1 ("Diseño, organización y desarrollo del programa formativo"). Asimismo, se indica que hay evidencias de que el título se está desarrollando en conforme a lo previsto en la Memoria y que las

desviaciones detectadas están siendo detectadas y atacadas. Del mismo modo, en dicho Informe se subraya que hay evidencias de que el título está siendo sometido a un proceso de autoevaluación y mejora continua. Por último, en las conclusiones del Informe de Seguimiento, se destaca que existen evidencias de que el título está siendo sometido periódicamente a análisis y evaluación basada en los indicadores generados por el SGIC y que de este análisis se derivan acciones de mejora (<http://goo.gl/gvB6GV>)

## **2.- Instrumentos para el desarrollo del programa formativo.**

En relación con el programa formativo de la Titulación se ha desarrollado una intensa actividad de coordinación del Grado. A lo largo de los cursos académicos se han realizado distintos avances en relación a:

**a) Guías docentes.** Desde el comienzo de la implementación del Grado se ha realizado un gran esfuerzo por concienciar al profesorado del cambio de modelo educativo dentro de la universidad, concretándose éste, en primer lugar, en la elaboración de los programas docentes de cada asignatura (fichas de las asignaturas 1B, <http://goo.gl/ne1uR6>), donde constan todos los aspectos relevantes de cada una. Los programas docentes se convierten así en el eje vertebrador de la docencia universitaria. En cada curso académico, el 100% de estas fichas han sido elaboradas por los profesores, visadas por el Coordinador del Grado, aprobadas en los Consejos de Departamento y, finalmente validadas por los directores de departamento (Indicador ISGC-P04-01).

### **b) Coordinación de la formación teórica y práctica.**

La coordinación docente en general, y de la formación teórica y práctica en particular, es imprescindible para garantizar el correcto desarrollo del Plan de Estudios, así como para asegurar que las tareas a realizar por el alumnado se corresponden con el número de horas de trabajo que debe invertir, evitando así una sobrecarga de trabajo. Esta coordinación se lleva a cabo, en primer lugar, por los Departamentos, mediante la supervisión de las actividades formativas de las distintas asignaturas de las que son responsables. En segundo lugar, por el Coordinador del Grado, quien realiza la coordinación vertical y horizontal del título y revisa las guías docentes para evitar solapamientos y/o sobrecarga de trabajo para el alumnado. En tercer lugar, por la Comisión de Garantía de Calidad como responsable del seguimiento, revisión y la toma de decisiones de mejora del plan de estudios. Se profundizará en este aspecto en el criterio 6.

### **c) Perfil de competencias.**

Las distintas competencias del Grado se distribuyen por módulos, materias y asignaturas a lo largo de los cuatro cursos del Grado. Se ha prestado una especial atención a que la distribución de las competencias entre las materias y asignaturas que pertenecen a un mismo módulo sea coherente, con objeto de evitar solapamientos innecesarios y alcanzar una distribución equilibrada de las mismas.

Respecto a esta cuestión, con objeto de adecuar la Memoria a las exigencias del soporte informático del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, desde la Coordinación del título se ha realizado un enorme esfuerzo al tener que adecuar la memoria verificada a estos requisitos, lo que ha supuesto un esfuerzo de recodificación de competencias, reformulación y redacción de actividades formativas, metodologías Docentes y sistemas de Evaluación, así como distribución de competencias y resultados de aprendizaje que estaban adscritas a Módulos, a cada una de las diferentes materias y asignaturas que componen el Título.

### **d) Actividades formativas.**

Se ha realizado un esfuerzo de diversificación de las actividades formativas, con objeto de garantizar la correcta adquisición de las competencias del Grado por parte del alumnado. En total, tal como figura en la Memoria, se llevan a cabo cuatro tipos de actividades formativas: “Actividades presenciales de teoría”, “Actividades presenciales de prácticas”, y “Evaluación y Actividades de trabajo autónomo del estudiante”. En cada asignatura se desarrollan estas actividades, en función de sus contenidos y de las competencias y resultados de aprendizaje previstos. Cada curso, al comienzo de cada semestre, se lleva a cabo una reunión de coordinación del profesorado con el objetivo, entre otros, de asegurar que el tiempo dedicado a las distintas actividades por parte del alumnado se corresponde con el número de horas de trabajo autónomo que debe realizar, evitando así la sobrecarga de trabajo. En el criterio 6 se detalla cómo las distintas actividades formativas y metodologías docentes se orientan a la adquisición de las competencias del Grado.

### **e) Sistemas de evaluación.**

Se ha realizado una destacada coordinación de los sistemas de evaluación para diversificarlos y asegurar que las tareas a realizar por el alumnado se corresponden con el número de horas de trabajo autónomo que debe realizar, sin excederse en esas horas a través de un exceso de tareas.

Los sistemas de evaluación se recogen en la Memoria verificada y son de tres tipos: Pruebas objetivas orales y escritas, resultados de actividades de aprendizaje y participación activa del estudiante. Todas las asignaturas del Grado incluyen en su planificación estos tres sistemas de evaluación con un porcentaje mínimo del 10%, sin perjuicio de lo establecido en el Régimen General de Evaluación de los Alumnos de la Universidad de Cádiz. (<http://goo.gl/x2whPR>). Con el

objetivo de que las pruebas o controles que establezcan las distintas asignaturas a lo largo del semestre no se solapen, desde la Coordinación del Grado se solicita en las reuniones de coordinación del profesorado, al inicio de cada semestre, que se informe de la planificación de estas pruebas. En el criterio 6 se analizan en detalle.

#### **f) Evaluación de competencias.**

En general, las competencias recogidas en la Memoria Verificada son trabajadas y evaluadas, de forma ponderada según el curso académico, por alguna o algunas asignaturas a lo largo del Plan de Estudios. Este sistema de evaluación supone, por una parte, que cada estudiante habrá superado las competencias de una asignatura cuando haya aprobado la misma y, por otra, que se considerará que ha adquirido una determinada competencia cuando haya aprobado todas las asignaturas que tengan asignada dicha competencia. En el Criterio 6 se aborda este aspecto con más profundidad.

#### **g) Movilidad.**

El Centro cuenta con dos coordinadores de movilidad (nacional –SICUE- e internacional –programa Erasmus+) que, junto al Coordinador del Grado, se encargan de coordinar la movilidad de los estudiantes.

El Grado en Marketing e Investigación de Mercados tiene convenios de movilidad nacional e internacional. En el siguiente enlace podemos ver la información de dichos convenios (<https://goo.gl/1ZUCyK>)

Los indicadores de movilidad del Grado recogidos en el P06-02 (<http://goo.gl/G8x54l>)

Podemos comprobar por estos datos que el porcentaje de alumnos que participan en programas de movilidad es muy bajo con respecto al número de alumnos que lo solicitan en el caso de los programas de movilidad internacional. Por un lado, el requisito para acceder a la movilidad internacional es estar en posesión de un certificado de nivel B1 del idioma de docencia del país de destino. Muchos alumnos que solicitan la plaza carecen de este certificado o no consiguen obtenerlo en el plazo previsto, por lo que tienen que renunciar a la plaza. Por otra parte hay razones económicas también, ya que, para acceder a la beca económica completa (la de la UE y la del Gobierno español) los alumnos tienen que estar en posesión de un certificado de nivel B2.

En el caso de la movilidad nacional, la CRUE suprimió la ayuda económica en el curso 2013 (la beca Séneca) lo que hizo que las solicitudes de alumnos de movilidad nacional sea muy baja, sobre todo en época de crisis económica.

El Grado no tiene un Plan específico y detallado que fomente la movilidad de los alumnos, pero los Coordinadores de Movilidad Nacional e Internacional del Centro llevan a cabo reuniones informativas con los alumnos sobre este tema, previas a la convocatoria de la movilidad. Además, en el Autoinforme 2013-2014 se ha incorporado, la elaboración de un plan de movilidad, Propuesta de acción de mejora nº 10, “Incentivar la participación del alumnado en las convocatorias de movilidad”.

También desde la Coordinación del Grado se informa en las Jornadas de Acogida a los alumnos de 1º curso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados que se desarrollan en la semana previa al inicio de las clases de la necesidad de acreditar un nivel B1 en idiomas. Además, durante las reuniones que a lo largo del curso se mantiene con el alumnado el Coordinador también insiste especialmente sobre esta cuestión.

#### **h) Prácticas Externas.**

La gestión de las prácticas externas se lleva a cabo a través de la plataforma informática de la UCA que gestiona las prácticas curriculares (<https://practicass.uca.es/practicass.php>). Las prácticas curriculares, son materia optativa en el título y se realizan bajo la supervisión del Vicedecano de Prácticas externas, dedicado casi en exclusiva a la gestión de las prácticas curriculares de los grados del Centro. Dicho Vicedecanato dispone a su vez de un becario dedicado también a esta tarea. En la gestión de las prácticas también intervienen la Comisión de Prácticas curriculares, el Coordinador del título y el profesorado de las prácticas curriculares (“tutores académicos”), pertenecientes al profesorado de la Facultad y un tutor profesional asignado por la empresa en la que éstas se llevan a cabo.

A lo largo del curso tienen lugar dos asignaciones de prácticas curriculares. La primera tiene como objetivo que los alumnos que lo soliciten realicen sus prácticas dentro del primer semestre, a partir del 1 de noviembre, y la segunda para desarrollar las prácticas en el transcurso del segundo semestre, a partir del 1 de marzo.

Todos los alumnos reciben una sesión informativa al principio del curso y, al menos, una tutoría presencial con el Coordinador de Prácticas. En cualquier caso toda la información relativa a las practicas está contenida en el Campus Virtual y en la página web del Centro (<http://goo.gl/QbpgxK>)

Para las prácticas curriculares se ha garantizado a todos los estudiantes la posibilidad de realizarlas tratando, además, de adecuarlas a sus intereses. Como resultado de este esfuerzo, todos los estudiantes han podido realizar las prácticas sin problemas, con altas tasas de rendimiento (ISGC-P05-01).

#### **i) Atención continua de la titulación.**

Con objeto de detectar, de forma rápida y eficaz, cualquier incidencia en el desarrollo diario de la titulación, existe una comunicación continua entre el Coordinador del Grado, la Coordinadora del PROA, el profesorado responsable de las

asignaturas y el alumnado.

**j) Gestión burocrática y administrativa del programa formativo.**

Un elemento a considerar para el desarrollo del Programa Formativo es lo relativo a los procesos de gestión burocrática de la Titulación y la administración del Título. En este sentido 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. Por otro lado, 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 (<http://ae.uca.es/>)

**k) Avances en el desarrollo normativo.**

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

- a) Manual para la realización de los Trabajos Fin de Grado. (<http://goo.gl/L6fdg8>)
- b) Manual de Prácticas Curriculares de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. (<http://goo.gl/hgwvDd>)
- c) Reglamento de la Comisión de Garantía de Calidad. (<https://goo.gl/QFloqm>)
- d) Criterios de valoración de Aprobado por Compensación (<http://goo.gl/207FjQ>)

**l) Extinción del título de grado o máster:**

A través del procedimiento P15-Procedimiento y criterios en el caso de Extinción del Título, (<http://goo.gl/lp4SHG>) la UCA establece los criterios que pueden llevar a la interrupción de un título de Grado y Máster universitario, temporal o definitivamente, así como los procedimientos a seguir por los responsables del mismo, el Centro y la Universidad, para garantizar a los estudiantes que hubiesen iniciado los correspondientes estudios, su superación una vez extinguidos.

**3.- Revisión y mejora del programa formativo.**

Anualmente, se realiza una revisión y mejora de los programas formativos, articulada a través de los siguientes procedimientos: P11-Procedimiento para la gestión de incidencias, reclamaciones, sugerencias y felicitaciones; P12-Procedimiento para la modificación de la memoria del Título; P14-Procedimiento para el Seguimiento, Evaluación y Mejora del Título, así como los Informes de seguimiento de la DEVA.

Un aspecto significativo a considerar para analizar el diseño, la organización y el desarrollo del programa formativo de la Titulación es la capacidad de resolución del Centro a través del BAU (Buzón de atención al usuario P11). Los BAUs recibidos respecto al número de usuario es muy bajo (1,64% en el curso 14-15 y 0% en los demás cursos) y han sido incidencias puntuales. En todos los casos los BAUs han sido atendidos y respondidos por el Vicedecano de Ordenación Académica en un breve espacio de tiempo tras recabar la información de todas las partes.

En relación con el resto de los procedimientos citados, con objeto de adecuar el programa formativo a las exigencias del RD 861/2010, al soporte informático del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, a los nuevos procedimientos y normativas aprobados por la Universidad de Cádiz, a las recomendaciones reflejadas en los informes de verificación y de seguimiento del título y a las decisiones tomadas en el seno de la Comisión de Garantía de Calidad en su labor de revisión y seguimiento del título, se han realizado algunas modificaciones en la Memoria verificada, que ya han sido indicadas en el Criterio 2 de este documento.

Como se aprecia en la siguiente tabla, los niveles de satisfacción del profesorado y del alumnado (RSGC-P04-01 y RSGC-P08-01) con todas las dimensiones relacionadas con la organización y el desarrollo del título presentan niveles altos, observan cómo han mejorado desde el inicio de la implantación del mismo.

La planificación de las actividades ha seguido los plazos y fechas establecidos oficialmente - tanto por parte del Centro, aprobando los horarios y fechas de exámenes, así como el plan docente-, como por parte del profesorado validando el 100% de las fichas de programación docente de sus asignaturas en el plazo previsto por Planificación Docente.

INDICADOR	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
ISGC-P04-01: Porcentaje de asignaturas del título que tienen su Programa Docente (Ficha 1B) validado y publicado en red.	100%	100%	97,50 %	100,00 %
ISGC-P04-02: Satisfacción global de los estudiantes con la planificación de la enseñanza y aprendizaje.	3,8	3,8	3,6	3,7

ISGC-P08 01 Informe de resultados de análisis de la satisfacción según grupo de interés Satisfacción del profesorado con la estructura del Plan de Estudios. (P08.01 Satisfacción de los grupos de interés con el título).	-	2,88	3,88	3,85
ISGC-P08 01 Informe de resultados de análisis de la satisfacción según grupo de interés Satisfacción del profesorado con el Desarrollo de las prácticas curriculares del alumnado.	-	1,5	3,25	4
ISGC-P08 01 Informe de resultados de análisis de la satisfacción según grupo de interés. Satisfacción del alumnado con el Desarrollo de las prácticas curriculares de la titulación.	-	2,50	2,66	2,64
ISGC-P08 01 Informe de resultados de análisis de la satisfacción según grupo de interés. Satisfacción del alumnado con el Desarrollo de los programas de movilidad del alumnado en la titulación	-	2,13	2,64	2,7
ISGC-P05-04: Tasa de Rendimiento de las prácticas externas o prácticas clínicas	-	-	95,60 %	90,00%
ISGC-P06-03: Tasa de movilidad de alumnos sobre matriculados en el título.	Internacional	1,70%	3,98%	1,20%
	Nacional	0%	0,75%	-

Seguidamente se muestran los puntos fuertes y puntos débiles más relevantes durante la implantación del programa formativo.

**Puntos Fuertes y/o logros:**

Implantación satisfactoria del título en cuanto al diseño, organización y desarrollo del programa formativo, avalada por los Informes de Seguimiento de la Agencia Andaluza del Conocimiento

Cumplimiento de plazos y requisitos establecidos en el desarrollo de la docencia e implantación del título como es el caso de la validación en plazo del 100% de las asignaturas han tenido su Programa Docente validado en el plazo establecido por Planificación Docente

Elevada participación del profesorado en acciones formativas y en proyectos de innovación y mejora docente

Alta valoración otorgada a la adecuación de los recursos materiales para el desarrollo de la docencia del título de los colectivos de PDI y Alumnado.

Alta satisfacción del profesorado respecto al Programa de desarrollo y formación del PDI y con la estructura del Plan de Estudios.

El número de BAUs, quejas o reclamaciones dirigidas o relacionadas con el Título es muy bajo.

**Puntos Débiles:**

Reducción de la participación del alumnado en la movilidad nacional e internacional

Bajos conocimientos de idiomas de los estudiantes del Grado, que limitan sus posibilidades para acceder a programas de movilidad internacional y repercuten a la baja en la tasa de movilidad

Bajo grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia aunque ya en el curso 14-15 ha aumentado.

**Autoinforme del curso:**

**Propuestas de mejora más relevantes:**

**Impacto provocado en el título (relación causa-efecto):**

2011/2012	Incrementar los acuerdos de movilidad con otras universidades: Establecer contactos con otras universidades.	Se ha incrementado el número de acuerdos de movilidad con otras universidades facilitando así al alumno del grado a la hora de elegir destino. <a href="https://goo.gl/1ZUCyK">https://goo.gl/1ZUCyK</a>
2013-2014	Analizar las causas de la baja satisfacción del alumnado con la docencia y con la coordinación entre el profesorado del Grado: Reunión individual con 16 alumnos del Grado (4 de cada curso) para profundizar en el grado de satisfacción mediante los distintos ítems que lo conforman. (Relación de alumnos entrevistados <a href="https://goo.gl/eZfjYg">https://goo.gl/eZfjYg</a> ) (Acta de las entrevistas <a href="https://goo.gl/c9kB2h">https://goo.gl/c9kB2h</a> )	Después de la reunión con 16 alumnos del Grado (4 de cada curso) los alumnos dan una visión positiva del grado en general, no obstante también se llega a la siguiente conclusión: - Necesidad de mejorar la coordinación docente del profesorado, sobre todo en el tercer curso del grado, para ellos se ha propuesto la creación de un equipo docente compuesto por los profesores del Departamento de Marketing y Comunicación que impartan docencia en el grado. Esta acción de mejora está incluida en el presente autoinforme - También se pedirá al profesorado que en clase haga más hincapié en los distintos recursos bibliográficos y fuentes de información recomendados para cada asignatura.

2013/2014	Incentivar la participación del alumnado en las convocatorias de movilidad mediante la elaboración de un plan de movilidad del título	El plan de Movilidad quedó pendiente de la renovación de la movilidad y la creación de las nuevas modalidades de erasmus (Erasmus+ primero y Erasmus+ KA 103 y 107 (esta última se ha puesto en marcha este año), por lo que el plan de movilidad ha quedado pospuesto para el curso 16-17.
-----------	---	---

#### IV. PROFESORADO.

*Criterio 4: El profesorado previsto para el desarrollo de la docencia en el Plan de Estudios es suficiente y adecuado en su cualificación para asegurar la adquisición de las competencias por parte de los estudiantes.*

#### **Análisis y Valoración:**

##### **1. Personal académico del título.**

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 se integran en los siguientes departamentos:

- Derecho del Trabajo y Seguridad Social
- Derecho Mercantil
- Derecho Privado
- Derecho Público
- Economía Financiera y Contabilidad
- Economía General
- Estadística e Investigación Operativa
- Filología Francesa e Inglesa
- Historia Moderna, Contemporánea, del Arte y de América
- Historia, Geografía y Filosofía
- Lenguajes y Sistemas Informáticos
- Marketing y comunicación
- Matemáticas
- Organización de Empresas

El Grado cuenta con el profesorado suficiente para impartir docencia, con un 60% de profesorado con vinculación permanente a la Universidad (1 Catedrático de Universidad, 2 Catedráticos de Escuela Universitaria, 13 Titulares de Universidad, 11 Titulares de Escuela Universitaria, 3 Contratados Doctores y 5 Colaboradores).

Anualmente, antes del inicio del curso académico, el Vicerrectorado competente en materia de ordenación académica 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, o atender necesidades sobrevenidas, viene dispuesto en la instrucción anual, emitida por este Vicerrectorado (<http://goo.gl/IUzDi9>), 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 del Centro de Atención al Usuario (CAU) del Área de Personal (<http://cau-personal.uca.es/>).

##### **1.1. Evolución del perfil del profesorado del título.**

Los datos sobre la evolución del personal académico que ha impartido el Grado en Marketing e Investigación de Mercados desde su implantación reflejan que el Grado cuenta con un profesorado estable y cualificado, con experiencia investigadora y docente y con un perfil adecuado para las materias que imparten. El Grado cuenta con un

porcentaje de profesorado con vinculación permanente que ha ido aumentando a lo largo de los años de implantación del Grado, hasta situarse en un 60% en el curso 14-15 (5% por encima del curso anterior, que fue el primero en el que se impartían todos los cursos del Grado) de los cuáles un 45,76% son catedráticos o profesores titulares. La estabilización de la plantilla de profesorado no cabe duda de que contribuye muy positivamente a mejorar el perfil del profesorado que imparte docencia en el Grado (<https://goo.gl/tfPzff>).

Del mismo modo, el número de doctores con los que cuenta el Grado ha ido aumentando progresivamente a lo largo de los cursos, pasando de un 36,84% de doctores en el curso de implantación 2010-11 a un 52,54% en el curso 2014-15, mayor que el 35% de doctores requerido en la memoria del Grado. La evolución es positiva y se prevé que el porcentaje de doctores siga aumentando a lo largo de los posteriores cursos.

En cuanto a la experiencia docente e investigadora, los profesores del título han pasado de contar con 48 quinquenios y 3 sexenios en el curso 2010/11 a tener 95 quinquenios y 6 sexenios en el curso 2014/2015.

Además, estos profesores tienen una experiencia contrastada, ya que su gran mayoría impartían docencia en la Diplomatura de Ciencias Empresariales o en el Grado desde su primer año de implantación. Todo esto permite que la Universidad de Cádiz pueda impartir el título de Grado de Marketing e Investigación de Mercados con un profesorado cualificado, con experiencia investigadora y docente y con un perfil adecuado para las materias que imparten.

Respecto al porcentaje de créditos de dedicación del profesorado al título sobre el total de créditos impartidos en el resto de títulos, se obtiene un resultado del 32,42%, con lo cual la plantilla del profesorado con la que cuenta el Grado imparte créditos en diferentes titulaciones aparte de en el Grado. Esto permite destacar el carácter multidisciplinar del Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

De esta forma podemos especificar que la evolución del profesorado es acorde al compromiso del apartado 6 de la memoria verificada del título, el cuál especifica que el profesorado actualmente existente en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación es el suficiente para la implantación del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, basándonos en las estimaciones de alumnos de años anteriores y el compromiso por parte del Rectorado de contratar al personal necesario si fuera necesario.

## **1.2. Perfil del profesorado tutor de los TFG y TFM y criterios de asignación.**

En el entendimiento de que los trabajos de fin de grado/máster deben ser el resultado de un ejercicio integrador de los contenidos formativos recibidos por los alumnos y de las competencias por ellos adquiridas durante el curso del título, corresponde a la Universidad de Cádiz unificar criterios y dictar procedimientos que aseguren una actuación homogénea de sus centros para la planificación y la evaluación de los Trabajos de Fin de Grado. Atendiendo a esta idea, la Universidad de Cádiz formuló el marco normativo genérico regulador a través del Reglamento Marco UCA/CG07/2012, de 13 de Julio de 2012, de Trabajos Fin de Grado y Fin de Máster de la Universidad de Cádiz (<http://goo.gl/laonHK>) y las modificaciones registradas en el Reglamento UCA/CG07/2014, de 17 de junio (<http://goo.gl/h8FPf6>).

En este sentido, la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación ha elaborado unas normas que adaptan este Reglamento Marco a las particularidades de los títulos de grado y de máster que se imparten bajo la responsabilidad del Centro, lo que ha desembocado en un Manual para la Realización y Asignación de los Trabajos Fin de Grado (Aprobado en Junta de Facultad de 21 de junio de 2013 y Modificado en Junta de Facultad de 14 de noviembre de 2014, (<http://goo.gl/oBwKky>)). En este Manual se determinan los responsables en el procedimiento de realización y valoración de los TFG, se recogen los requisitos formales y materiales que deben cumplir estos trabajos y se describe el procedimiento para la realización, defensa y valoración de los mismos. Concretamente, y en relación con este último aspecto, en el Reglamento de Trabajo de Fin del Grado en Gestión y Administración Pública se recogen las instrucciones para la solicitud de asignación de trabajos, incluyendo los formularios necesarios para realizar la solicitud, los criterios de la Comisión de TFG para la asignación de temas y tutores y los criterios de evaluación de los trabajos por parte de las Comisiones Evaluadoras.

En la página web del título (<http://goo.gl/oaHqY9>), se publica de forma anual, entre otras, la siguiente información:

- Propuestas de TFG del Grado en Marketing e Investigación de Mercados ofertados por los Departamentos.
- Instrucciones para la solicitud de asignación de trabajos y los formularios correspondientes.
- Criterios de la Comisión de TFG para la asignación de los TFG.
- Adjudicación provisional del Tutor y del TFG a cada estudiante del Grado, así como la presentación de reclamaciones o peticiones.
- Adjudicación definitiva del Tutor y del TFG a cada estudiante del Grado.
- Acta de la Comisión Evaluadora, Criterios de evaluación y Sorteo para la defensa del Trabajo Fin de Grado.



La asignación de profesorado viene regulada por el reglamento marco UCA/CG07/2012 y las normas de la Facultad de Ciencias Sociales y la Comunicación para la organización, realización y evaluación de trabajos de fin de Grado/Máster.

El proceso de asignación de TFG en el curso académico correspondiente comienza con la posibilidad de asignación directa, en la que el alumno puede llegar a un acuerdo con un profesor que imparta docencia en el Grado para que le tutorice el TFG, teniendo como requisito que se haga efectivo hasta una fecha determinada. Esto es una ventaja tanto para el alumnado como para el profesorado ya que al alumnado le da la oportunidad de elegir un tema que considere atractivo y al profesorado poder decidir si quiere tutorizar el TFG de dicho alumno. Después de dicho plazo los alumnos que no tengan tutor mediante la asignación directa pasarían al proceso de asignación indirecta. En este caso el tutor académico es designado por la Comisión de los Trabajos de Fin de Grado/Máster 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.

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 a cada estudiante del Grado, posteriormente se abre un plazo para la presentación de reclamaciones o peticiones de subsanación y posteriormente se publica la adjudicación definitiva.

Como particularidad de los Grados de la Facultad de Ciencias Sociales y la Comunicación, los alumnos y profesorado del Grado en Marketing e Investigación de Mercados cuentan con una página específica en el Campus Virtual de la Universidad de Cádiz para el TFG donde –aparte de enlazar los documentos que aparecen en la página web del Centro, así como otra información de interés para la elaboración de los TFG (manuales, cursos, páginas web, etc.), se facilita una herramienta (desarrollada por profesores de la UCA con base Moodle) llamada EVALCOMIX que permite a los tutores y a los tribunales evaluadores evaluar online las competencias de los alumnos (<https://goo.gl/N3T4vF>). Esta herramienta proporciona a los evaluadores una rúbrica de evaluación que permite sistematizar los sistemas de evaluación y facilitar la unificación de los criterios de evaluación. Asimismo, provee al Centro de una herramienta eficaz para centralizar todos los procedimientos relacionados con el TFG.

### 1.3. Perfil del profesorado que supervisa las prácticas externas.

Las prácticas externas curriculares se han desarrollado según lo establecido en la memoria de verificación, desplegando las siguientes asignaturas de prácticas curriculares:

Denominación asignatura:	Semestre:	Créditos:	Carácter:
Prácticas en empresa	Primer y segundo semestre del cuarto curso	12	Optativa

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.

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 (<http://goo.gl/MxCV1g>). 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.

La Junta de la Facultad de Ciencias Sociales y la Comunicación aprueba el 18 de julio de 2013 un [Manual de prácticas curriculares](#) que viene a completar las indicaciones del reglamento de la universidad. Así, este manual establece que son los Departamentos que imparten docencia en el Grado los que tienen encargo docente en la asignatura *Prácticas en empresas*. Estos Departamentos seleccionan al profesorado que va a tutorizar las prácticas de entre los profesores con docencia en el Grado en función al número de créditos impartidos y a su afinidad con el mismo, asegurando así la idoneidad del profesorado.

La Comisión de Prácticas del Centro –en última instancia- oferta y distribuye las prácticas curriculares disponibles entre los alumnos basándose en el expediente académico y las consideraciones realizadas por las entidades colaboradoras y adjudica los tutores académicos de entre los propuestos por el Departamento.

En el curso 14-15, las x empresas con las que tiene convenio la Facultad para el Grado en Marketing e Investigación de Mercados ofertaron x plazas (Datos del Sistema de Información de la UCA: [PO5-Procedimiento para la gestión de las prácticas curriculares](#)). Todos los alumnos que solicitaron sus prácticas pudieron realizarlas y ser evaluados sin mayores inconvenientes con un grado de satisfacción adecuado tal y como se recoge en el [P04-01-Informe global del título](#), por

Lo tanto la oferta de prácticas es más que suficiente para la demanda de los alumnos. Consideramos que en la mejora de estos resultados confluyen distintos factores como la existencia de un Vicedecanato de Prácticas externas, dedicado casi en exclusiva a la gestión de las prácticas curriculares de los grados del Centro, junto a la acción de la Comisión de Prácticas Curriculares, el Coordinador del título y el profesorado de las prácticas curriculares. Las plazas son revisadas anualmente para comprobar que han cumplido con los objetivos y competencias, de forma que curso tras curso se mejoran la calidad de las mismas.

La gestión de las prácticas de empresas curriculares de la Universidad de Cádiz está centralizada en la aplicación: <https://practicass.uca.es/practicass.php>, donde tienen acceso por medio de diferentes perfiles: alumnado, tutor profesional y tutor académico.

En cuanto a la realización de prácticas externas no curriculares, éstas se gestionan mediante la plataforma informática ICARO (<http://icaro.ual.es/uca>) que es el Portal de Gestión de Prácticas en Empresa y Empleo utilizado por las Universidades Públicas Andaluzas.

## 2. Acciones de coordinación docente en el título.

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 docente (horizontal y vertical) entre el profesorado que imparte docencia en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados se garantiza con:

- a. **El Coordinador del Grado** que tiene como competencias las siguientes:
  - Realizar la coordinación horizontal y vertical del Grado/Máster.
  - 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.

La coordinación se realiza a través de reuniones periódicas con el profesorado y el alumnado de cada curso. Estas reuniones se realizan antes del comienzo de cada cuatrimestre con todo el PDI del Grado y con los alumnos de cada curso. En estas reuniones, aparte de explicar la planificación del semestre siguiente y analizar los resultados del semestre anterior, se escuchan las sugerencias, solicitudes, quejas, etc. del PDI y del alumnado.

- b. **La coordinación entre los diferentes coordinadores de Grado de la Facultad.** Bajo la dirección y supervisión del Decano, el Vicedecano de Ordenación Académica y la Vicedecana de Calidad, los Coordinadores del Grado de la Facultad se reúnen periódicamente para tratar diferentes temas y poner en común las diferentes actuaciones que llevan a cabo. Además Bajo la dirección y supervisión del Decano, el Vicedecano de Ordenación Académica y la Vicedecana de Calidad, junto los Coordinadores de Grado de la Facultad, se realizan reuniones periódicas para tratar diferentes temas y poner en común las diferentes actuaciones que se llevan a cabo en cada Grado, de manera que se actúe de forma coordinada y conjunta en aquellos asuntos comunes de los diferentes títulos.
- c. **La Comisión de Trabajo Fin de Grado**, competencias en el manual de TFG (<http://goo.gl/phNsM5>)
- d. **La Comisión de Prácticas de empresa**, competencias en el manual de Prácticas de empresa (<http://goo.gl/dfJwDj>)
- e. **La Comisión de Garantía de Calidad de la Facultad de Ciencias Sociales y la Comunicación** como responsable del seguimiento, revisión y la toma de decisiones de mejora de la Memoria verificada del título. (<https://goo.gl/Ej8Anj>)
- f. **La Junta de Facultad** que conoce y ratifica las actuaciones de los Coordinadores y las decisiones de la Comisión de Garantía de Calidad.
- g. **La coordinación de asignatura** 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

## 3. Actuaciones de formación e 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 en un contexto universitario como el del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

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 (<http://goo.gl/L19f6R>). Anualmente, tras consulta y petición a los grupos de interés se diseña un catálogo de acciones formativas para el profesorado. (<http://goo.gl/zVHOI4>). 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:

- Convocatorias de Proyectos de Innovación y Mejora Docente (<http://goo.gl/eNUkHo>).
- Convocatoria de Actuaciones Avaladas para la Mejora Docente (<http://goo.gl/UeSALz>).
- Convocatoria de Actuaciones Avaladas para la Formación del Profesorado (<http://goo.gl/bezss6>).
- Convocatoria de Ayudas para la Difusión de Resultados de Innovación Docente (<http://goo.gl/sc9U0C>).

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:

- P09 Procedimiento para garantizar la calidad del Personal Docente (<http://goo.gl/nQwch3>), éste permite estudiar el rendimiento del título en esta materia.
- P08 Procedimiento para la evaluación de la satisfacción de los grupos de interés (<http://goo.gl/iFynXI>), en éste se evalúan indicadores de percepción, tales como el Programa de desarrollo y formación del PDI, coordinación docente.

Dentro del contexto universitario actual y el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) el profesorado implicado en la docencia del Grado en Marketing e Investigación de Mercados ha realizado en los últimos años un gran esfuerzo de adaptación y renovación pedagógica.

#### 4. Seguimiento y evaluación de la actividad docente.

La evaluación de los mecanismos de coordinación docente se realiza a través de la satisfacción de los diferentes grupos de interés, seguidamente se detallan algunos de los resultados más relevantes.

Respecto a la satisfacción del profesorado con la “coordinación entre los profesores del título” es satisfactoria siendo en el curso 14-15 superior a la del primer curso evaluado, el 12-13.

En relación a la Satisfacción del alumnado con la “Coordinación entre los profesores del título” vemos como ha disminuido ligeramente a lo largo de estos cursos. A raíz del nivel de satisfacción del alumnado con la coordinación entre los profesores del título y de las entrevistas con el alumnado realizadas por el coordinador del Grado (<https://goo.gl/INKWDO>) se plantea la creación de un nuevo equipo docente para el próximo curso. Dicho equipo docente estará formado por los profesores del Área de Comercialización e Investigación de Mercados que impartan docencia en el Grado de Marketing e Investigación de Mercados y sean coordinadores de alguna asignatura. El objetivo es mejorar la coordinación docente entre el profesorado. La formación de estos equipos debe permitir:

- Coordinar estrechamente la actuación docente, y de esa forma los contenidos, y los esfuerzos que se piden a los alumnos en un período determinado del curso.
- Compartir materiales docentes, elaborándolos conjuntamente.
- Compartir criterios entre varios docentes para evaluar la adquisición de competencias por los alumnos.
- Aprender del intercambio de experiencias con los demás docentes.

INDICADOR	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
P08 Satisfacción del profesorado con la “Coordinación entre los profesores del título”.	-	2,88	3,70	3,25
P08 Satisfacción del alumnado con la “Coordinación entre los profesores del título”.	-	2,31	2,41	2,08

Dentro del contexto universitario actual y el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) el profesorado implicado en la docencia del Grado en Marketing e Investigación de Mercados ha realizado en los últimos años un gran esfuerzo de adaptación y renovación pedagógica.

Como se aprecia en la siguiente tabla la participación del profesorado en acciones formativas ha aumentado significativamente desde el curso 11-12, pasando del 34,10% al 59,32%, con lo cual destacar el interés del profesorado del Grado en ampliar sus conocimientos.

La participación del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente también se ha visto incrementada desde el curso 11-12, pasando de un 20,50% a un 32,20%.

El porcentaje de las asignaturas implicadas en proyectos de innovación docente es un 35%, bastante superior al porcentaje del centro (24,56%).

La satisfacción global de los estudiantes con la docencia es satisfactoria, se ha incrementado una décima respecto el curso anterior y se encuentra estable en  $\pm$  una décima a lo largo de todos los cursos.

La satisfacción del profesorado con el Programa de desarrollo y formación del PDI también se ha visto incrementada respecto a los cursos anteriores pasando actualmente a ser de 3,69.

INDICADOR	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
ISGC-P09-02: Participación del profesorado en acciones formativas.	34,10%	40,40%	50%	59,32%
ISGC-P09-03: Participación del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente.	20,50%	10,60%	38,30%	32,20%
ISGC-P09-04: Asignaturas implicadas en Proyectos de innovación docente.	40%	16,70%	45%	35%
ISGC-P09-05: Grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia.	3,9	3,9	3,7	3,8
P08 Satisfacción del profesorado con el Programa de desarrollo y formación del PDI.	-	2,50	2,86	3,69

La difusión de las convocatorias de innovación acompañadas de una campaña informativa y la celebración de jornadas de difusión de los resultados de los proyectos de innovación del centro (acciones recogidas en el plan de mejora del Título) ha propiciado que el interés del profesorado en participar en este tipo de proyectos se incremente. Estos encuentros se han realizado con el doble objetivo de intercambiar experiencias docentes novedosas y de crear un foro de comunicación entre los profesores con la finalidad de incentivar su participación en estos proyectos. Las primeras jornadas de innovación docente se desarrollaron en el curso 2013-2014 bajo el título de "Jornada de Presentación de Proyectos de Innovación del Profesorado del curso 2013/14", a la que siguió, en el curso 2014-2015, la "Jornada Proyectos de innovación del profesorado de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación". La participación de ponentes y asistentes a estas Jornadas ha ido mejorando desde la primera edición. En ese sentido, si en el curso 13-14 participaron 8 ponentes y 16 asistentes, en el curso 14-15 lo hicieron 14 ponentes y 29 asistentes.

La Universidad de Cádiz, de acuerdo con el artículo 127.1 de los Estatutos de la Universidad de Cádiz "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 calidad, 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/>).

Los resultados de la aplicación de programa Docentia de manera agregada son los siguientes.

INDICADOR	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
ISGC-P09-06: Porcentaje de profesores del título que han participado y superado las convocatorias del programa de evaluación de la actividad docente (Modelo DOCENTIA).	-	-	5%	11,86%

Es de destacar que la participación del PDI en el procedimiento DOCENTIA es voluntaria. La participación del PDI en el Grado se ha visto incrementada respecto el curso anterior.

Otro mecanismo de entrada para la evaluación del profesorado y la actividad docente son las recomendaciones y sugerencias recibidas en los Informes de Verificación, Modificación y Seguimiento. Seguidamente se detallan las recomendaciones más relevantes, donde se explicitan las acciones llevadas a cabo y el impacto que se estima ha provocado en el título. Además en el siguiente enlace podemos encontrar una versión más completa sobre el informe de seguimiento del profesorado y actividad docente (<https://goo.gl/S1bYxS>)

Tipo informe: Verificación/ Modificación/ Seguimiento.	Recomendaciones recibidas	Acciones llevadas a cabo para dar respuesta a estas recomendaciones y evidencia contrastable:	Impacto observado en el título:
Informe de seguimiento  Curso o fecha: 12-13 / 13-14	Profundizar la satisfacción del alumnado respecto a algunos ítems, en este caso "satisfacción del alumnado con la coordinación entre los profesores del título"	<b>Acciones:</b> 1- Entrevistas con una muestra representativa de alumnos del Grado (5 alumnos por cada curso, un total de 20) para detectar y corregir posibles deficiencias en su satisfacción. 2- Difusión de los datos al profesorado del Grado en la	Gracias a la información cualitativa obtenida en las entrevistas al alumnado se ha obtenido una información más extensa a sobre la opinión de los alumnos acerca de su satisfacción en algunos ítems, entre ellos "la coordinación entre profesores del título" lo

		<p>reunión de coordinación. 3- Creación de un equipo docente para mejorar la coordinación entre el profesorado del Grado.</p> <p><b>Evidencias:</b> 1- Acta de las entrevistas, modelo y resultados. 2- Acta de la reunión de coordinación.</p>	<p>cual ha propiciado la acción de mejora de la creación de un nuevo equipo docente.</p> <p>El impacto de la mayor conciencia del profesorado y de la creación del nuevo equipo docente se obtendrá en el análisis de resultados en los futuros cursos sobre la satisfacción del alumnado en la coordinación entre profesores.</p>
<p><i>Informe de seguimiento</i></p> <p>Curso o fecha: 2014/2015</p>	<p><i>Recomendación 1: Podría completarse el análisis proporcionando información sobre la composición de la plantilla en términos de categorías docentes y su variación respecto a lo contemplado en la memoria. También proporcionando más detalles, a ser posible cuantitativos, sobre méritos investigadores.</i></p>	<p><b>Acción:</b> Se proporcionan los datos solicitados</p> <p><b>Evidencia:</b> <a href="#">P09-01</a> y <a href="#">Documento de descripción del personal académico del título</a></p>	<p>Del análisis de los datos cuantitativos se obtiene un mayor conocimiento de la plantilla del profesorado del Grado.</p>
<p><i>Informe de seguimiento</i></p> <p>Curso o fecha: 2014/2015</p>	<p><i>Recomendación 2: Debería comentarse con mayor detalle los mecanismos de coordinación intraasignatura e interasignatura utilizados.</i></p>	<p><b>Acción:</b> : En este autoinforme se detallan dichos mecanismos y se facilitan el contenido de las reuniones de coordinación</p> <p><b>Evidencia:</b> Actas de las reuniones de coordinación con profesores y alumnos (<a href="https://goo.gl/lnkWDO">https://goo.gl/lnkWDO</a>)</p>	<p>Se ofrece más información relativa al proceso de coordinación del título que permite conocer en mayor y mejor medida el desarrollo de dicha actividad</p>

**Puntos Fuertes y/o logros:**

**Puntos Débiles:**

- Elevado porcentaje y evolución de la participación del profesorado en acciones formativas.
- Elevada satisfacción del profesorado con el Programa de desarrollo y formación del PDI.
- Las jornadas de difusión de los resultados de los proyectos de Innovación Docentes de la Facultad.

- Baja participación del profesorado en Proyectos de Innovación docente ((dato que ha mejorado en el curso 14-15 como se puede comprobar en el presente autoinforme).
- Baja tasa de participación del profesorado en DOCENTIA (dato que ha mejorado en el curso 14-15 como se puede comprobar en el presente autoinforme).
- Baja satisfacción del alumnado con la "Coordinación entre los profesores del título".

<b>Autoinforme del curso:</b>	<b>Propuestas de mejora más relevantes:</b>	<b>Impacto provocado en el título (relación causa-efecto):</b>
2011-2012 y 2012-2013	Incrementar la participación del profesorado en proyectos de innovación docente mediante una mayor divulgación e incentivación de dichas convocatorias entre el profesorado.	El porcentaje de participación del profesorado en las convocatorias de innovación ha experimentado un aumento considerable desde un 0% en el curso 2010-11 y un 20,50% en el curso 2011-2012, hasta el 32,20% en el curso 2014-15.
2012-2013	Profundizar en las causas del bajo nivel de satisfacción del profesorado con el alumnado mediante un cuestionario al profesorado sobre las causas de este bajo nivel de satisfacción <a href="https://goo.gl/GEkKgc">https://goo.gl/GEkKgc</a>	Se ha realizado un cuestionario al profesorado del Grado, donde, entre otras cosas, se pregunta por el bajo nivel de satisfacción del profesorado con el alumnado. De esta encuesta se puede deducir que el profesorado considera que el alumno debería de realizar más esfuerzo y dedicación a la asignatura. Además se considera que el alumno no muestra el suficiente interés y que parte de unos conocimientos bajos, estas conclusiones suele pasar en las asignaturas del primer curso, en general la opinión del profesorado mejora en

		cursos más avanzados.
2013-2014	Incrementar la participación del profesorado en el programa DOCENTIA mediante una mayor difusión al profesorado.	Se ha observado en el curso 2014-2015 un incremento del número de profesores que han participado en el programa DOCENTIA siendo actualmente del 11,86% y se prevé que siga aumentando en los años posteriores
2014-2015	Creación de un nuevo equipo docente para la mejora de la coordinación docente, compuesto por los profesores del Departamento de Marketing y Comunicación que impartan docencia en el grado.	Aún no se ha podido medir el impacto, la evaluación se llevará a cabo en posteriores cursos.

## V. INFRAESTRUCTURA, SERVICIOS Y DOTACIÓN DE RECURSOS.

*Criterio 5: Las infraestructuras, recursos y servicios para el normal funcionamiento del título son los adecuados para las características del título, así como los servicios de orientación e información.*

### Análisis y Valoración:

#### 1.- Descripción de la infraestructura del Centro.

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. En el Campus Universitario de Jerez, se hallan ubicadas además de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, la Facultad de Derecho y las sedes de la Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales, Ciencias del Trabajo, Enfermería y Fisioterapia.

El Campus Universitario de Jerez se encuentra situado en la Avenida de la Universidad, s/n. Cuenta con 45.000 m<sup>2</sup> construidos, 30.000 m<sup>2</sup> de zonas verdes, 700 plazas de aparcamiento, 7 edificios principales (Aularios; Despachos y Seminarios; Servicios Comunes; Biblioteca; Edificio Multiusos; Instituto de Investigación en Ciencias Sociales y Piscina Cubierta –estos dos últimos de muy reciente construcción) 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.

#### Edificio Aulario

El edificio Aulario dispone de una superficie construida de 16.803 m<sup>2</sup> repartidos en dos plantas En él se ubican 30 aulas de diferente capacidad:

- 1 aula con capacidad para 255 alumnos
- 1 aula con capacidad para 198 alumnos
- 1 aula con capacidad para 175 alumnos
- 1 aula con capacidad para 150
- 3 aulas con capacidad para 120 alumnos
- 4 aulas con capacidad para 94 alumnos
- 15 aulas con capacidad para 85 alumnos
- 3 aulas con capacidad para 75 alumnos.

En la última planta del edificio Aulario se encuentran cinco aulas de informática con capacidad para 30 alumnos equipadas con ordenadores portátiles y equipo multimedia, dos laboratorios de idiomas dotados con 30 PCs y un aula de teledocencia para videoconferencias dotada con la última tecnología (cámaras de vídeo, pantallas, ordenadores, etc.) con capacidad para 36 alumnos.

Todas las aulas están equipadas con las últimas tecnologías: ordenador con acceso a internet, punto de salida de señales de video, megafonía y sistemas de videoproyección fijos, pantalla de proyección y pizarra para el apoyo de la labor docente.

En este edificio se ubican la Oficina de Relaciones Internacionales, la Oficina de Voluntariado y la Oficina para el Aula de Mayores.

#### Edificio Multiusos

Además, contamos con otro edificio, el Edificio Multiusos, que permite la puesta a disposición de las enseñanzas de nuevos espacios docentes que se suman a los anteriormente existentes; espacios que resultan especialmente adecuados

para atender las actividades que por su metodología se desarrollan con menor número de alumnos.

El Edificio Multiusos cuenta con las siguientes instalaciones:

- 11 Seminarios con capacidad para 50-60 alumnos
- 3 Seminarios con capacidad para 20 alumnos aproximadamente
- 1 Sala de Exposiciones
- 2 aulas para 184 alumnos

También en este edificio se ubican despachos para el profesorado.

#### Edificio de Despachos y Seminarios.

Este edificio cuenta con una superficie de 7.609 m<sup>2</sup>, donde se ubican los Decanatos de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y la Comunicación, así como las direcciones de las sedes de Jerez de las otras facultades, Departamentos, Secretarías de Departamentos, despachos de los profesores y tres seminarios para 50 alumnos y 6 para 30, todos ellos con recursos multimedia, que pueden ser utilizados para reuniones, simposios, etc. También alberga este edificio dos Salas de reuniones, una de ellas equipada sistema de videoconferencia y el Salón de Actos equipado con la última tecnología y preparado para impartir cursos por video-conferencia, con una capacidad para 210 personas.

En este edificio se ubica la Oficina de Transferencia de Resultados de la Investigación, unidad integrada en el Vicerrectorado de Investigación, Desarrollo Tecnológico e Innovación, cuyo objetivo principal es la gestión, difusión y puesta en valor de los resultados de la investigación de la Universidad.

Todos los edificios cuentan con calefacción y aire acondicionado. En consecuencia, la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación y, por ende, el título, tienen a su disposición disponen de unas instalaciones modernas y adecuadas para el desarrollo de las diversas actividades de enseñanza-aprendizaje requeridas en la impartición del título (clases magistrales, tutorías grupales, clases prácticas y seminarios en grupos reducidos).

Por último, y también inaugurado el curso 2015-16, se cuenta con el edificio que alberga el Instituto Universitario de Investigación en Ciencias Sociales que todavía está pendiente de ocupación.

## **2.- Descripción de recursos y servicios.**

### **a) Biblioteca.**

El Campus de Jerez, donde se encuentra la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, dispone de una biblioteca común, que da servicio al Grado en Marketing e Investigación de Mercados y a los demás títulos que se imparten en estas instalaciones universitarias.

La Biblioteca de Campus tiene una superficie construida de 8.079 m<sup>2</sup>, y dispone de 300 puestos de lectura. El fondo bibliográfico de la biblioteca supera los 93.000 libros y unas 1.500 publicaciones periódicas, de las cuales 520 son suscripciones abiertas sí como material audiovisual, en soporte informático y microformas. Cuenta con un importante fondo antiguo en la Escuela Universitaria de Empresariales, pues este centro es el sucesor de la Escuela Pericial de Comercio creada en 1921. También podemos encontrar fondos especializados en Derecho Marítimo donados por Rodríguez Carrión.

Las instalaciones de la biblioteca están distribuidas de la siguiente manera:

- Semisótano: Con un fondo de revistas superior a los 800 títulos, alberga las publicaciones periódicas anteriores a 2005. Estos fondos están disponibles para consulta en sala y préstamo por horas, así como se pueden solicitar artículos escaneados a través de correo-e.
- Planta baja: Sala de descanso, sala de formación y 24 Puntos de Acceso Remoto a Información y Servicios (PARIS).
- Planta primera: 72 puestos de lectura distribuidos en tres salas. También están ubicadas en esta planta, la dirección, el proceso técnico y la sala de reuniones.
- Planta segunda: 72 puestos de lectura, 17 salas de trabajo dotadas con equipos informáticos. En esta planta está ubicada la biblioteca Rodríguez Carrión.
- Planta tercera: Centro de Recursos Digitales.

Además la biblioteca cuenta con:

- Salas de trabajo (10) destinadas al estudio y la consulta en grupo o individual del alumnado y espacios de aprendizaje y aulas de formación cuyos destinatarios son el profesorado y el personal de administración y servicios.
- Espacios de Aprendizaje, salas multifuncionales destinadas a la docencia, con equipamiento audiovisual y de ofimática, que pueden ser utilizadas por el PDI y PAS para la realización de actividades académicas, proyectos didácticos específicos, cursos, seminarios o sesiones de formación para las que se necesiten los medios con que

cuentan estos espacios. La capacidad máxima es de 40 a 50 personas.

- Aulas de Formación, dotadas con equipamiento audiovisual y de ofimática que pueden ser utilizadas por el PDI y PAS para actividades académicas o de formación.

Estos espacios pueden ser reservados de forma rápida y ágil a través de la dirección <http://biblioteca.uca.es/servicios/espaciosdetrabajo>

También posee la biblioteca 50 ordenadores de sobremesa repartidos por toda la biblioteca y 39 portátiles en régimen de préstamo.

Cuenta con el certificado de Calidad ANECA, y el sello de excelencia europea 400+. En 2011, se convirtió en la primera biblioteca española que logró el Sello de Excelencia Europea EFQM 500+, siendo un referente a nivel nacional, lo que representa una gran ventaja para los usuarios y en especial para los alumnos del Grado.

### **b) Instalaciones deportivas**

El Campus de Jerez cuenta con dos tipos de instalaciones deportivas:

Instalaciones a cielo abierto: 5 pistas de pádel de césped artificial y un circuito de jogging de 750 m. de longitud y zona de ejercicios con 18 aparatos.

Instalaciones cubiertas: La piscina cubierta se ha inaugurado en el curso 2015-16 y cuenta con dos piscinas (una de natación y otra de chapoteo), así como una sala de cardiomusculación y otra multiusos. Las instalaciones están dotadas con sistema alternativo de energía solar y contenedores de residuos para su reciclaje (papel-cartón, pilas, lámparas de bajo consumo, tóner y envases de plástico, asegurando así su sostenibilidad.

### **c) Campus virtual.**

La Universidad de Cádiz, y en particular la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación han sido pioneras en el uso de herramientas de Campus Virtual. En la actualidad, el Vicerrectorado de Recursos Docentes y de la Comunicación 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, en mayor o menor medida por todas las asignaturas del Grado (ISGC-P10-04: Porcentaje de asignaturas del título con actividad dentro del Campus Virtual (<http://sgc.uca.es>))

### **d) Acceso a internet.**

Existen, en el Campus tres sub-redes wifi diferenciadas que dan servicio a todos los grupos de interés. La red ucAirPublica da servicio general a todos los estudiantes, la red ucAir está disponible para el PDI y PAS y la red Eduroam ofrece servicio para el uso de profesores visitantes. La cobertura de la red permite cubrir todas las zonas comunes (pasillos, cafetería, Departamentos, Decanato), así como los espacios docentes tales como aulas, laboratorios, salas de estudio y de trabajo.

### **e) Buzón de Atención al Usuario (BAU).**

Como ya se ha indicado en este documento, las consultas, quejas y reclamaciones, comunicaciones de incidencias docentes, sugerencias y felicitaciones de los usuarios se canalizan a través del Buzón de atención al usuario BAU (<http://bau.uca.es>) quien las dirige, según su naturaleza, a los responsables que correspondan (Centros y Departamentos). En la web de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, en su página principal (<http://goo.gl/ZexFg>), concretamente en la ventana "Enlaces de interés", se ubica el enlace a este servicio. El funcionamiento del BAU se encuentra regulado por la normativa aprobada por acuerdo del Consejo de Gobierno de 28 de septiembre de 2006 (<https://buzon.uca.es/docs/NormativaReguladoraBAU.pdf>). Indicar que esta herramienta, en diciembre de 2009, fue galardonada con el Premio a las Mejores Prácticas del Banco de Experiencia de Telescopi Cátedra UNESCO de Dirección Universitaria.

### **f) Centro de Atención al Usuario (CAU).**

Para garantizar la totalidad de servicios y recursos materiales necesarios para el normal funcionamiento de los títulos, la Universidad de Cádiz dispone del Centro de Atención al Usuario (CAU) (<https://cau.uca.es/cau/indiceGlobal.do>). El CAU es el instrumento electrónico disponible para realizar las solicitudes de servicios y recursos de manera estructurada y sistemática y dispone de una relación detallada de los servicios ofertados organizados en función de las áreas responsables.

El CAU constituye así la ventanilla principal de los servicios de la UCA mediante la que se agiliza la tramitación de peticiones administrativas y de servicios, facilitando con ello al usuario (cualquier miembro de la comunidad universitaria) un sistema único para su resolución y seguimiento.



Los servicios y recursos relacionados con el funcionamiento del título que prestan sus servicios a través del CAU son: Administraciones y Secretarías de Campus, Atención al Alumnado, Servicio de Atención Psicológica y Psicopedagógica, Atención a Centros, Biblioteca y Archivo, Informática, Infraestructuras y Personal.

En el año 2014, la Cátedra Unesco de Dirección Universitaria en su segunda edición de los premios TELESCOPI otorgó el Premio a la mejor buena práctica del criterio clientes, al "Centro de Atención al Usuario de la UCA" (CAU).

#### **g) Sistema Informático de Reserva de Recursos (SIRE).**

La reserva de recursos docentes se gestiona a través de la plataforma informática SIRE (<https://sire.uca.es/sire/index.do>). En ella constan todos los espacios disponibles, con indicación de su ocupación y con la posibilidad de solicitar la reserva de espacios que luego, es confirmada por el responsable de la plataforma SIRE en el Centro. Igualmente la reserva de espacios de trabajo puede realizarse a través de la web de Biblioteca, en la dirección anteriormente mencionada.

#### **h) Otros**

Finalmente, la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación cuenta además con otros recursos y servicios como son: Delegación de alumnos, Servicio de copistería y Servicio de cafetería/comedor.

#### **i) Orientación preuniversitaria.**

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación colabora activamente en las Jornadas de Orientación Universitaria organizadas por la Dirección General de Acceso y Orientación. Estas jornadas, destinadas tanto a los alumnos de segundo curso de Bachillerato y de Ciclo Formativo de Grado Superior como a sus padres, tienen la finalidad de dar a conocer de forma muy detallada los aspectos relacionados con los Grados. Además los alumnos, pueden visitar un conjunto de quince *stands*, atendidos por personal de cada uno de los centros universitarios, en los que se les aclaran dudas y se resuelven cuestiones sobre los posibles estudios, facilitándoles diversa documentación de interés (planes de estudios, trípticos con información general sobre los grados,...) e informando y orientando "in situ" acerca de las competencias, habilidades y conocimientos que adquirirán al cursar los estudios de grados junto a las salidas profesionales de los mismos. Estas jornadas suelen tener lugar en 6-9 localidades de la provincia, donde se atienden a más de 11.000 alumnos y, en su caso, a los padres que han querido participar, en horario de tarde, específicamente diseñado para que estos puedan asistir. A estas jornadas se desplaza el Coordinador del Grado, acompañado de uno o dos coordinadores o miembros del equipo decanal y de alumnos de cada titulación siempre que sea posible y se lo permita el horario de clases.

Además, desde la Facultad se atienden las peticiones de algunos institutos para que acudamos a dar una sesión informativa sobre los títulos de grado que imparte. En el mismo sentido, el Campus de Jerez cuenta con un plan de visitas para todos aquellos Centros que deseen conocerlo.

#### **j) Orientación universitaria.**

##### Jornadas de Acogida

Las Jornadas de Acogida a los alumnos de 1º curso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados se desarrollan en la semana previa al inicio de las clases. Consisten en un Acto de Bienvenida a cargo del equipo decanal del Centro en el que se informa a los alumnos sobre el funcionamiento general de la Facultad y sobre los aspectos más importantes de la titulación que van a cursar. Tras el Acto, el Coordinador del Grado y los alumnos mentores del Proyecto Compañero (alumnos de cursos superiores del Grado) acompañan a los nuevos alumnos al aula donde recibirán la docencia. Allí se informa de las cuestiones específicas del título (estructura de plan de estudios y las materias que lo conforman, direcciones y contactos de interés). Tras la intervención del Coordinador, los alumnos mentores del Proyecto Compañero desarrollan actividades de orientación entre pares para que conozcan las instalaciones de la Facultad y las distintas unidades y servicios de la Universidad (Biblioteca, Deporte, Voluntariado, Secretaría, SAP, etc.)

Programa de Orientación y Apoyo al Estudiante (PROA) que gestionado a través de P03-Procedimiento de Acogida, Tutoría y Apoyo de la formación del estudiante de SGC

El Programa de Orientación y Apoyo al Estudiante consiste en un conjunto de acciones y actividades que se realizan durante curso académico con objeto de: a) Apoyar al alumno durante su integración en la vida universitaria, b) Informar de la estructura de funcionamiento de la Universidad, órganos de gestión y la implicación del alumnado en los mismos, c) Incentivar la participación en la vida social universitaria y en las actividades culturales de la Universidad o la sociedad de su entorno, d) Orientar y estimular el aprendizaje independiente según las directrices del nuevo Espacio Europeo de Educación Superior, e) Realizar un seguimiento del grado de aprovechamiento académico, identificando las causas del fracaso, ayudando al alumno a establecer las correspondientes propuestas de mejora, f) Orientar al alumno con dificultades durante su proceso formativo, y g) Asesorar al alumno en lo relativo a posibilidades de movilidad, de elección de itinerarios curriculares, en función de su orientación profesional o interés por la investigación.

En el marco del Programa de Orientación y Apoyo al Estudiante, la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación desarrolla dos modalidades de tutorización conectadas entre sí: a) la tutorización entre iguales (alumno mentor – alumno novel) en el marco del Proyecto Compañero (PC), y b) la tutorización entre un profesor y un alumno (profesor tutor -

alumno tutorizado) en el marco del Plan de Acción Tutorial (PAT). (<http://goo.gl/8O1CwI>). En este sentido, la Facultad cuenta con la figura de Coordinador del PAT, cuya función es asesorar a los profesores tutores y demás labores relacionadas con dicha actividad.

#### Orientador Académico

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación se ha dotado de la figura del Orientador Académico. Sus funciones son orientar académicamente tanto al alumnado de Grado de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación con dificultades académicas, como al alumnado que se encuentren en situación de permanencia, el objetivo es servir de ayuda para poder superar las dificultades del alumnado, realizando, si es el caso, labores de seguimiento.

#### *Servicio de Atención Psicológica y Psicopedagógica (SAP):*

Éste servicio tiene como objetivo atender las necesidades personales y académicas del alumnado asesorándoles en cuestiones que puedan mejorar la calidad de su estancia y el aprendizaje. Cuenta con un equipo de psicólogos y psicopedagogos que ofrecen 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. (<http://www.uca.es/sap/>)

#### *Servicio de atención a la Discapacidad.*

La finalidad del Servicio de Atención a la Discapacidad es garantizar un tratamiento equitativo y una efectiva igualdad de oportunidades para cualquier miembro de la comunidad universitaria que presente algún tipo de discapacidad, tratando de que estos principios también se hagan realidad en la sociedad en general.

#### **k) Orientación profesional.**

Contamos con el programa “Andalucía Orienta”, dependiente del Servicio Andaluz de Empleo de la Junta de Andalucía, dotado de orientadores/as profesionales para atender al alumnado y a sus egresados/as. Este servicio ha estado funcionando desde diciembre del 2001.

Desde el Grado de Marketing e Investigación e investigación de Mercados cada curso se promueven y realizan jornadas, conferencias y seminarios que son de interés para el alumnado del Grado y con el objetivo de orientarlos profesionalmente. Estas jornadas, conferencias y seminarios son comunicadas previamente a todo el alumnado a través de los canales de comunicación propios del Grado, como son el Facebook del Grado (<https://www.facebook.com/marketingUCAjerez>) y el Campus Virtual del Grado (<http://campusvirtual.uca.es/>)

#### **l) Personal de administración y servicio y del personal de apoyo, en su caso.**

La Facultad de Ciencias Sociales y la Comunicación cuenta con Personal de Administración y Servicios (PAS) con dedicación exclusiva, cuyas funciones son las tareas administrativas y de gestión de las infraestructuras que se derivan de la actividad académica y que son imprescindibles para el correcto desarrollo de la labor docente.

Atendiendo a la estructura organizativa de la Universidad de Cádiz y con el fin de optimizar los recursos humanos de carácter administrativo, el personal de Administración y Servicios no se adscribe a ningún título en concreto, sino que están a disposición de diferentes títulos que se imparten en un Centro, o bien en un Campus Universitario.

En este sentido, el Campus de Jerez cuenta en la actualidad con 7 personas en la secretaría, 4 en la administración económica, 11 en la conserjería, 6 en las secretarías de los departamentos, 2 en las secretarías de los decanatos, uno adscrito a la Facultad de Ciencias Sociales y la Comunicación y otro a la Facultad de Derecho, 12 en biblioteca, 4 en mantenimiento y 4 en el Centro Integrado de Tecnologías de la Información (CITI), además de un administrador del campus.

#### **3.- Seguimiento de los recursos y servicios.**

Anualmente, tras la definición de las actividades y grupos de actividad a impartir en los títulos, la Facultad valora las necesidades adicionales de aulas, talleres o laboratorios para desarrollar la actividad programada. En caso de necesidad, se comunica a la dirección general o vicerrectorado competente en materia de recursos al objeto de gestionar la cesión de espacios alternativos dentro del mismo campus.

Antes del inicio del curso académico, el Centro realiza la asignación y reserva de aulas para el desarrollo de la docencia o cualquier otra actividad académica del título, a través del SIRE. Si durante el curso es necesaria la disponibilidad de aulas y medios audiovisuales para el desarrollo de la actividad docente, el profesorado puede solicitar también la reserva de recursos a través de la misma plataforma SIRE, de acuerdo con la normativa aplicable sobre usos de recursos de la Universidad de Cádiz y con las correspondientes normativas de los centros.

Por su parte, el profesorado puede solicitar software docente para las aulas de informáticas, peticiones que serán atendidas según las disponibilidades de licencia y características de los equipos de las aulas. Las solicitudes se gestionan inicialmente antes del comienzo de curso y, en el caso de necesidades sobrevenidas a los largo del curso se tramitan

mediante el CAU del Área de Informática (<http://cau.uca.es>)

Con objeto de contribuir a la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje, anualmente, se realiza una revisión y mejora de los de los servicios y recursos, articulada a través de los siguientes procedimientos:

- P10 Procedimiento para la Gestión de los Recursos y Servicios.
- P11 Procedimiento para la gestión de incidencias, reclamaciones, sugerencias y felicitaciones.
- P14 Procedimiento para el Seguimiento, Evaluación y Mejora del Título.
- Informes de seguimiento de la DEVA.

En cuanto a la sostenibilidad ambiental y normas de seguridad, hay que señalar que la Universidad de Cádiz mantiene la trayectoria de sostenibilidad ambiental de sus actividades y centros con la Certificación en la UNE EN-ISO 14001:2004 de su Sistema de Gestión Ambiental, con alcance a todas sus actividades de docencia, investigación y actividades administrativas en sus cuatro campus, obtenida en el año 2011.

Fruto de este proceso de seguimiento, se desprenden los siguientes resultados:

INDICADOR	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
ISGC-P10-01: Satisfacción del usuario (centros, títulos) con los recursos y servicios solicitados, y resueltos, a través del CAU: Grado de satisfacción del servicio relacionado con los Recursos Materiales (A).	4,48	4,86	4,79	5
ISGC-P10-01: Satisfacción del usuario (centros, títulos) con los recursos y servicios solicitados, y resueltos, a través del CAU: Grado de satisfacción del servicio relacionado con los Recursos Tecnológicos (C).	4,93	4,95	4,96	4,97
ISGC-P10-02: Satisfacción de los estudiantes con los recursos materiales e infraestructuras del título.	-	3,18	3,51	3,24
ISGC-P10-03: Satisfacción del profesorado con los recursos materiales e infraestructuras del título.	-	3,55	3,48	4,00
ISGC-P10-04: Porcentaje de asignaturas del título con actividad dentro del Campus Virtual.	100%	90%	92,50%	100,00%
ISGC-P11-01: Número de quejas o reclamaciones recibidas respecto al número de usuarios (BAU).	-	0,00%	0,00%	1,64%

Como refleja la tabla, el grado de satisfacción de los grupos de interés con las infraestructuras y servicios, así como con su gestión mediante CAU o BAU, es elevado,

Seguidamente se muestran los puntos fuertes y puntos débiles más relevantes durante la gestión de las infraestructuras, los servicios y la dotación de recursos, aunque la valoración del alumnado con los recursos materiales e infraestructura del título tiene margen de mejora.

<b>Puntos Fuertes y/o logros:</b>	<b>Puntos Débiles:</b>
<p>En general alta valoración de los recursos de los grupos de interés implicados en la docencia</p> <p>Calidad de las instalaciones del Centro</p> <p>La nueva figura del Orientador Académico.</p> <p>Alto Porcentaje de asignaturas del título con actividad dentro del Campus Virtual.</p>	<p>Aunque en general la valoración de los recursos materiales e infraestructuras de los grupos de interés es alto y ha mejorado, la valoración del alumnado con estos recursos tiene margen de mejora.</p>

<b>Autoinforme del curso:</b>	<b>Propuestas de mejora más relevantes:</b>	<b>Impacto provocado en el título (relación causa-efecto):</b>
2013-2014	<p>Reducir el número de alumnos por grupo en aquellas materias donde sea muy elevado y pueda interferir en el buen desarrollo de la docencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Solicitar al Vicerrectorado de Ordenación Académica un aumento de grupos en aquellas asignaturas con un número de alumnos matriculados elevado.</li> </ul>	<p>La solicitud de aumento de grupos para el grado fue denegada por el vicerrectorado de ordenación académica</p>

## VI. RESULTADOS DE APRENDIZAJE. VALORACIÓN DE PUNTOS FUERTES Y DÉBILES

**Criterio 6: Las actividades de formación y de evaluación son coherentes con el perfil de formación de la titulación y las competencias del título.**

**Análisis y Valoración:**

**1.- Análisis de las actividades de formación.**

La variedad de las actividades de formación incluidas en todas las asignaturas del Grado en Marketing e Investigación de Mercados tiene como objetivo el que los alumnos puedan alcanzar las 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.

Toda la información sobre estas actividades está disponible para todos los grupos de interés a través del Plan Docente de cada asignatura (fichas 1A), del Programa Docente de cada asignatura (fichas 1B <http://goo.gl/ne1uR6>) y de las Guías Docentes por curso (<http://goo.gl/oaHqY9>). Estas fichas 1B, además, incluyen información sobre la asignatura, resultados de aprendizaje, sistemas de evaluación, contenidos, bibliografía, etc. Todos estos contenidos se relacionan además con las competencias a desarrollar, de tal manera que se conoce qué actividad desarrolla cuál competencia, o qué procedimiento de evaluación se utiliza para evaluar la adquisición de qué competencia. Anualmente dicha información es actualizada y validada por los responsables de las asignaturas (los profesores coordinadores de las mismas), visada por el coordinador del grado y, finalmente, validadas por los directores de departamento, como representantes de la institución sobre la que recae la responsabilidad última de la docencia.

Para que los profesores puedan actualizar sus fichas 1B de la forma más efectiva posible, desde el Vicedecanato de Calidad se les envía, previamente, las fichas de las materias de la Memoria Verificada, en las que, entre otras, se recogen las competencias y los porcentajes máximos y mínimos aplicables a las actividades presenciales, no presenciales y de participación activa.

Esta sistematización de la información sobre la docencia del grado permite identificar las competencias más comunes en el plan de estudios y conocer las principales actividades formativas desarrolladas en las distintas asignaturas. Asimismo, las reuniones anuales del Coordinador del Título con los estudiantes de los diferentes cursos del Grado permiten recopilar la opinión, aspectos críticos y el análisis de los propios estudiantes respecto al desarrollo de los resultados de aprendizaje y los contenidos de las asignaturas. (<https://goo.gl/FgXY7a>)

El análisis de los datos sobre las actividades formativas en todas las asignaturas nos ayuda a conocer mejor dichas actividades en términos generales y de forma comparativa sobre su adecuación general para el desarrollo de los resultados de aprendizaje pretendidos.

De esta manera, en general, las actividades desarrolladas en el grado se pueden agrupar de la siguiente manera:

- Clases teóricas: Estas clases se desarrollan en grupos grandes que -en general- comprenden la totalidad de los alumnos (puede darse el caso en algunas materias en la que el número de alumnos permita la formación de dos grupos teóricos). El método de enseñanza-aprendizaje se desarrollan mediante lección magistral en la que el profesor realizará explicaciones de los contenidos fundamentales de la asignatura para la transmisión de conocimientos, fomentando la participación activa del estudiante. En estas clases se trabajan fundamentalmente las competencias específicas del título (de la CE1 a la CE10), además de algunas de las competencias transversales (como la CT2, aprendizaje autónomo, o la CT 16, razonamiento crítico)
- Clases prácticas: Las clases prácticas permiten el desdoble de grupos y apoyan, de manera organizada y estructurada, el desarrollo de la evaluación continua, a través del conjunto de actividades formativas que toman como base primordial la realización de trabajos individuales y/o en grupo, a través de una amplia variedad de ejercicios, por ejemplo: estudio de casos prácticos, cuestiones o problemas que servirán para que el alumno aplique los conocimientos adquiridos en las clases teóricas a la realidad del mundo empresarial y desarrolle un espíritu crítico y creativo. En algunas asignaturas del grado también se realizan actividades en clases de informática, contribuyendo a la adquisición de competencias. Las competencias transversales son fundamentales para estas actividades y las siguientes, en las que se fomenta la resolución de problemas (CT18), el trabajo en equipo (CT21), la creatividad (CT11), el espíritu emprendedor (CT13).

- Actividades formativas no presenciales: Las actividades formativas no presenciales se compondrán de estudio autónomo por parte del alumnado y trabajos individuales o en grupo propuestos por el profesor, con exposición pública o sin ella. La variedad de tales trabajos es amplia, incluyendo resolución de problemas, trabajos de profundización, preparación de una presentación, estudios de casos aplicados, etc. Aquí podemos destacar las competencias de trabajo autónomo (CT2), capacidad de análisis y síntesis (CT3), compromiso ético (CT6), comunicación oral y escrita en lengua nativa (CT7), toma de decisiones (CT20) y trabajo en equipo (CT21).

- Otras actividades: A lo largo de los dos cursos se realizan actividades que son de interés para el alumnado del grado de Marketing e Investigación de Mercados como: Conferencias de ponentes profesionales externos, realización de seminarios, asistencia a congresos, participación en concursos, etc. En esta actividad nos podemos encontrar con la siguiente competencia básica: que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio (CB2). Además también nos podemos encontrar con las siguientes competencias transversales: Capacidad de análisis y síntesis (CT3), compromiso ético (CT6) y razonamiento crítico (CT16). Dichas actividades quedan reflejadas en el Facebook del Grado de Marketing e Investigación de Mercados (<https://www.facebook.com/marketingUCAjerez>) y en el apartado de novedades en el espacio habilitado para el título en el Campus Virtual de la Universidad (<https://goo.gl/6OKDLI>).

Como podemos ver por este análisis, las asignaturas del Grado en Marketing e Investigación de Mercados están diseñadas con una variedad de actividades formativas encaminadas a desarrollar en el alumno las competencias propias del título.

## 2.- Análisis de las actividades de evaluación.

El sistema de evaluación de cada asignatura se elabora cada curso y está a disposición de los grupos de interés a través del Programa Docente de las asignaturas (fichas 1B <http://goo.gl/ne1uR6>) y también en la guía docente disponibles en la página web del centro (<http://goo.gl/oaHqY9>).

Teniendo en cuenta la Memoria Verificada el sistema de evaluación estará formado por tres tipos de actividades:

- Participación activa del estudiante
- Resultado de actividades de aprendizaje realizadas durante el transcurso de la asignatura
- Pruebas objetivas escritas u orales de acreditación de competencias.

Dichas actividades se ajustará a las características y necesidades de las materias, si bien los tres tipos de actividades se tendrán que utilizar en la evaluación en unos porcentajes mínimos del 10%, salvo el Trabajo fin de grado y las Prácticas que en Empresa, que por sus características tienen sistema de evaluación concreto.

Existen diversas herramientas y técnicas de evaluación incluyendo exámenes finales, exámenes a lo largo del curso, trabajos, exposiciones, participación en las actividades, etc. Es importante apuntar que la implementación de estas actividades de evaluación requieren del esfuerzo del profesorado, el cual ha tenido que adaptarse al espíritu del Espacio Europeo de Educación Superior respecto a la evaluación continua.

En general, los exámenes evalúan la adquisición de conocimientos sobre los contenidos de las asignaturas. Aunque también se valoran también aspectos como la claridad expositiva, el correcto uso del lenguaje formal, el uso adecuado de símbolos o la capacidad de razonamiento lógico. Todo ello encaminado a la adquisición de las competencias.

Por su parte en los trabajos y exposiciones, individual o en grupo, se valora la capacidad de análisis, la claridad al transmitir ideas, la capacidad de debate crítico, el gusto por el trabajo bien realizado, entre otras. Lo que contribuye a la adquisición de las competencias básicas, generales y transversales.

En general, la evaluación de los ejercicios y trabajos individuales asociados a la evaluación continua difieren según el tipo de actividad. En los trabajos se hace énfasis en cómo se recoge la información, cómo se sintetiza, cómo se redacta. También se tiene en consideración la adquisición de resultados del aprendizaje a través de la aplicación de conocimientos a la práctica, como por ejemplo el análisis de casos prácticos y/o resolución de problemas.

Respecto la evaluación del Trabajo fin de Grado, teniendo en cuenta el Manual para la Realización y Asignación de los Trabajos Fin de Grado de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (<http://goo.gl/L6fdg8>), la calificación final del estudiante integrará la calificación otorgada por el tutor que representa el 70% de la nota, y por la comisión evaluadora o tribunal y que representará el 30% de la calificación final del alumno. Desde la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación con el fin de coordinar la actividad de los profesores tutores y de las Comisiones Evaluadoras ha elaborado una rúbrica de evaluación (rúbrica de evaluación del profesor tutor <http://goo.gl/ha4egX>) (rúbrica de la Comisión Evaluadora <http://goo.gl/NYWdBF>). En la rúbrica para la evaluación del profesorado se contemplan tres bloques: Cumplimiento del alumno, contenido del TFG y calidad de la presentación escrita; cada uno de ellos a su vez contempla diversos aspectos relevantes, de manera que en conjunto valoran la adquisición de las competencias del grado. En la rúbrica para la evaluación

de la comisión evaluadora existen cinco bloques: Aspectos formales, presentación oral, recursos utilizados, uso del lenguaje y respuestas a las preguntas de la comisión; al igual que a lo comentado antes cada uno de ellos contempla diversos aspectos relevantes, de manera que en conjunto valoran la adquisición de las competencias del grado. Dichas rúbricas, aceptadas por las comisiones evaluadoras, han contribuido a mantener unos criterios homogéneos de evaluación para todos los alumnos del grado, independientemente de su comisión evaluadora. También han servido para que los alumnos (y también los tutores) conozcan de forma clara qué y en qué medida se les va a exigir para superar la asignatura, lo que facilita su labor y contribuye a la calidad de los trabajos presentados.

En lo que respecta a la evaluación de las prácticas de empresas, siguiendo el Manual de Prácticas Curriculares de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (<http://goo.gl/hgwwDd>), La evaluación de la asignatura se realizará por los tutores, tanto académico como de la empresa. El tutor de la empresa/institución cumplimentará un informe de evaluación de la práctica del estudiante, que representa el 50% de la calificación. El tutor académico evaluará la práctica a partir de los informes, memoria y tutorías realizadas por el estudiante y su calificación representa el otro 50% de la nota final (rubrica en la plataforma de prácticas <https://goo.gl/cGhj99>). La Comisión de Prácticas podrá reconocer las prácticas externas cuando sean solicitadas por el alumno, así como la experiencia profesional y laboral debidamente acreditada, siempre que esté relacionada con las competencias inherentes a la Memoria del título correspondiente, se ajusten en tiempo y contenido al programa de prácticas externas de la titulación y se cumpla la normativa vigente al respecto.

### 3.- Valoración de la planificación y desarrollo de las enseñanzas.

En general, como muestra la siguiente tabla, los indicadores de satisfacción de los alumnos con la docencia pueden calificarse como satisfactorios, en el curso 13-14 se produjo una reducción en la satisfacción de los alumnos en la planificación de la enseñanza y aprendizaje y en el desarrollo de la docencia, pero en el curso 14-15 ha aumentado la satisfacción en ambos parámetros situándose a niveles similares a las del centro y la Universidad, habrá que comprobar en posteriores cursos si esta evolución positiva continúa. Respecto a la satisfacción del profesorado con la organización y el desarrollo de la enseñanza vemos cómo ha ido aumentando a lo largo de los cursos hasta situarse en valores más altas que las del centro y la Universidad, lo que muestra el agrado del profesorado en el grado.

PRINCIPALES INDICADORES:	TÍTULO				COMPARATIVAS CENTRO/UCA							
					CENTRO				UNIVERSIDAD			
	11-12	12-13	13-14	14-15	11-12	12-13	13-14	14-15	11-12	12-13	13-14	14-15
ISGC-P04-02: Satisfacción de los alumnos con la planificación de la enseñanza y aprendizaje	3,80	3,80	3,60	3,70	3,90	3,80	3,80	3,80	3,90	3,90	3,90	3,90
ISGC-P04-03: Satisfacción de los alumnos con el desarrollo de la docencia	4,10	4,10	3,90	4	4,10	4,10	4	4	4,10	4,20	4,20	4,20
ISGC-P04-04: Satisfacción global del profesorado con la organización y el desarrollo de la enseñanza.	-	3,00	3,65	3,74	-	3,12	3,23	3,32	-	3,01	3,12	3,23

Algunos indicadores más pormenorizado de la satisfacción de los estudiantes con el desarrollo de su docencia, se recoge en la siguiente tabla.

Como podemos comprobar entre los ítems analizados hay que mencionar como puntos favorables aquellos que superan el 4 como son: la impartición de las clases en el horario fijado, el cumplimiento en la labor de tutoría y la asistencia a clase del profesorado, y en el lado opuesto como punto desfavorable podemos encontrar que no valoran muy alto la utilidad de las fuentes bibliográficas. Respecto al año anterior la puntuación bien se ha mantenido o bien se ha aumentado en algunos ítems.

Resultados RSGC-P04-01 por ítem del TÍTULO	11-12	12-13	13-14	14-15
1. Imparte las clases en el horario fijado	4,4	4,3	4,1	4,1
2. Asiste regularmente a clase	4,5	4,5	4,4	4,4
3. Cumple adecuadamente su labor de tutoría (presencial o virtual)	4,1	4,1	3,9	4,1
5. Se ajusta a la planificación de la asignatura	4	4	3,8	3,9
6. Se han coordinado las actividades teóricas y prácticas previstas	4	4	3,8	3,9
7. Se ajusta a los sistemas de evaluación especificados en la guía docente/programa de la asignatura	4	4	3,8	3,9
8. La bibliografía y otras fuentes de información recomendadas en el programa son útiles para el aprendizaje de la asignatura	3,6	3,6	3,4	3,4

### 4.- Valoración de los resultados del título y por asignatura.

Respecto a la tasa de rendimiento y éxito por tipo de asignatura cabe destacar que a medida que se ha ido afianzando el Grado las tasas han ido aumentando progresivamente. En el curso 2014/2015 las tasas de rendimiento para las asignaturas obligatorias y optativas son bastante altas, con un 83,6 y 93,9% respectivamente, bastante más inferior es la tasa de

rendimiento en las asignaturas básicas, con un 52.6%. La tasa de éxito sigue la misma evolución que la tasa de rendimiento con un porcentaje más elevado.

Sobre la tasa de rendimiento y éxito por asignatura en el Grado comprobamos una mayor tasa de rendimiento a medida que avanzan los cursos. De esta manera nos encontramos en el 1º curso con una tasa de rendimiento pequeña del 52%, en el segundo curso aumenta bastante dicha tasa hasta alcanzar el 84,5%, alcanzando su mayor nivel en el 3º y 4º curso con un 93% y 89% respectivamente. De esta manera podemos comprobar que cuando el alumnado se va adaptando al Grado la tasa de rendimiento aumenta considerablemente. Dicha tasa de rendimiento por curso sigue prácticamente la misma línea que el curso anterior y más elevada que los cursos anteriores. La tasa de éxito sigue la misma evolución que la tasa de rendimiento con un porcentaje más elevado.

Respecto al caso de la materia Trabajo Fin de Grado, indicar algunas cuestiones que la diferencian como materia del Título. En primer lugar, que es una materia que se cursa en el último curso de la titulación. En este curso el alumnado tiene que cursar las asignaturas y materias que responden al modelo tradicional y además deben cursar/realizar materias como las Practicas Curriculares que en su mayoría las realizan en horario de mañanas y en localidades distintas a las de procedencia y a la de ubicación del Centro con una carga de trabajo de 300 horas. Merece la pena prestar atención al caso de la asignatura "Trabajo Fin de Grado". La tasa de éxito, que refleja del porcentaje de alumnos aprobados sobre el total de presentados muestra un valor alto, con un 91,70. En cambio, dadas las particularidades de esta asignatura, la tasa de rendimiento es bastante baja, con un 45,2%, por lo que sería idóneo una monitorización para comprobar su evolución. Por lo tanto muchos alumnos demoran la finalización de un trabajo como este, en el que tienen que autoadministrar su tiempo para lograr su desarrollo.

En general calificamos los resultados del conjunto del título como satisfactorios, aunque consideramos que es necesario mantener encuentros con los responsables de las asignaturas con tasas más bajas de éxito y rendimiento y analizar las causas y buscar soluciones, sobre todo en los primeros cursos.

(Los datos desagregados de tasas de éxito, rendimiento y eficacia por asignaturas y cursos se encuentran en <https://sistemadeinformacion.uca.es/> o en el RSGC-P04-02 "Informe global del título: síntesis de los informes de asignaturas" del Gestor Documental (<http://goo.gl/1ZqkT0>).

**Puntos Fuertes y/o logros:**

- Las actividades formativas y una buena organización docente facilitan el trabajo del alumno y su adquisición de las competencias.
- Los sistemas de evaluación son variados y, en su conjunto, contemplan la adquisición de todas las competencias.
- Todas las asignaturas contemplan alguna forma de evaluación continua en el espíritu del EEES, lo que le da carácter también de actividad formativa.
- La Satisfacción global del profesorado con la organización y el desarrollo de la enseñanza.
- Las tasas de rendimiento y éxito son buenas en general y se alcanza con lo previsto en la memoria.

**Puntos Débiles:**

- La valoración por los alumnos de la utilidad de la bibliografía es algo baja.
- La satisfacción de los alumnos en la planificación de la enseñanza y aprendizaje y en el desarrollo de la docencia es baja aunque ha aumentado en el curso 14-15.
- Las tasas de rendimiento y éxito en las asignaturas de formación básica es generalmente baja.

<b>Autoinforme e del curso:</b>	<b>Propuestas de mejora más relevantes:</b>	<b>Impacto provocado en el título (relación causa-efecto):</b>
2012/2013	Análisis de los indicadores por asignaturas y cursos para poder detectar posibles deficiencias: A partir de los datos facilitados por la Unidad de Calidad, se analizará la evolución por cursos de las tasas de resultados más importantes ( <a href="http://goo.gl/1ZqkT0">http://goo.gl/1ZqkT0</a> )	Se han analizado las tasas de éxito, rendimiento y eficacia por asignaturas y cursos del Grado. En base a estos resultados podemos comprobar que las tasas aumentan a medida que avanzan los cursos, por lo tanto cuando el alumnado se va adaptando al Grado dichas tasas aumentan considerablemente.  En base a estos resultados se ha detectado que las tasas en las asignaturas de Formación básicas son generalmente más bajas que otras asignaturas.
20013/2014	Incrementar el número de mentores del Programa de Orientación al Alumnado para que puedan ayudar a adaptarse a los alumnos de nuevo ingreso: Comenzar antes la campaña de captación de mentores haciéndola extensiva a los cursos superiores. ( <a href="http://goo.gl/bMio9A">http://goo.gl/bMio9A</a> )	Podemos comprobar que los alumnos mentores ha aumentado considerablemente en el curso 14/15, habiendo en este curso 19 alumnos mentores, por los 8, 6 y 8 en los cursos 11/12, 12/13 y 13/14 respectivamente. ( <a href="http://goo.gl/0HuVYa">http://goo.gl/0HuVYa</a> )
20013/2014	Incrementar los conocimientos matemáticas de los alumnos que ingresan con un nivel inferior al necesario: Creación de un curso de nivelación de matemáticas para reforzar los conocimientos de los alumnos en esta	Aún no se ha podido medir eficientemente el impacto y se estudiará en los cursos siguientes.

	materia. ( <a href="http://goo.gl/6ScrDz">http://goo.gl/6ScrDz</a> )	
2014/2015	Mejorar la tasa de rendimiento y éxito de las asignaturas de formación básica (1º y 2º curso). Teniendo en cuenta: La Elaboración y difusión de información sobre los estudios de Grados para futuros estudiantes, especificada en el informe sobre las actuaciones realizadas para el estudio de la tasas de abandono de los Grados ( <a href="https://goo.gl/6Ymnaj">https://goo.gl/6Ymnaj</a> ), para que el alumnos potenciales tengan una mejor información sobre el Grado.	El impacto se estudiará en cursos posteriores.

## VII. INDICADORES DE SATISFACCIÓN Y RENDIMIENTO DEL PROGRAMA FORMATIVO. VALORACIÓN DE PUNTOS FUERTES Y DÉBILES

**Criterio 7:** Los indicadores de satisfacción y de rendimiento, así como la información sobre la inserción laboral aportan información útil para la toma de decisiones y mejoras del programa formativo.

### Análisis y Valoración:

#### 1.- Indicadores de satisfacción.

El grado de satisfacción de los grupos de interés con el programa formativo constituye un indicador relevante en el seguimiento del título. El análisis de la evolución de los distintos aspectos que influyen en el mismo sirve como base para detectar carencias y/o problemas y para la toma de decisiones orientadas a la mejora del título. La siguiente tabla contiene la evolución comparativa de los niveles globales de satisfacción con el título de distintos grupos de interés:

PRINCIPALES INDICADORES:	TÍTULO			COMPARATIVAS CENTRO/UCA					
	12-13	13-14	14-15	CENTRO			UNIVERSIDAD		
				12-13	13-14	14-15	12-13	13-14	14-15
ISGC-P08-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título.	3,23	3,06	3	3,33	3,32	3,13	3,1	3,02	2,9
ISGC-P08-03: Grado de satisfacción global del PDI con el título.	2,86	3,8	3,69	3,13	4,2	4,08	2,75	3,8	3,69
ISGC-P07-09: Grado de Satisfacción de los egresados con los estudios realizados.	-	3.45	-	-	3.27	-	-	3.36	-

Tal como se observa en la tabla, el grado de satisfacción global del alumnado con el título (ISGC-P08-02) ha sido constante a lo largo de los cursos, y correspondiéndose con una tendencia observable en los valores obtenidos por el Centro y la Universidad de Cádiz, se considera satisfactoria pero es un factor que habrá que tener en cuenta en posteriores cursos. Observando el grado de satisfacción del PDI, percibimos una mejora respecto a cursos anteriores. Por tanto, podemos también valorar positivamente el grado de satisfacción del profesorado con el título. En cualquier caso, pensamos que debemos esperar a obtener resultados de periodos temporales más amplios, ya que fue en el curso 2012-2013 cuando, por primera vez, se realizó una nueva encuesta de satisfacción con el título, incorporada, como herramienta, al nuevo SGC v1.

Respecto al grado de satisfacción de los egresados respecto al título es alta, siendo superior a la media del centro y a la media de la Universidad, lo cual puede dar una muestra de que los alumnos que han acabado el grado de Marketing e Investigación de Mercados han acabado satisfechos del mismo.

#### 2.- Indicadores de los resultados del aprendizaje.

En la página Web de la Universidad de Cádiz (<https://sistemadeinformacion.uca.es>) se tiene acceso a los indicadores de rendimiento como la tasa de éxito, tasa de eficiencia y tasa de rendimiento, entre otros. Esta información permite valorar los resultados obtenidos y detectar posibles problemas que permitan intervenir con acciones de mejora. También se van a comparar estos datos con el mismo título de otras Universidades españolas, la información de otras Universidades españolas se puede comprobar en el siguiente enlace (<https://goo.gl/KBQkyu>).

El análisis de los valores de estos indicadores y su evolución se realizan de manera sistemática y regular mediante los informes de seguimiento de la titulación, y son tomados como indicadores informativos que determinan diagnósticos y acciones para la mejora del título. Con el fin de analizar los valores académicos y su adecuación a las características de la titulación nos centraremos principalmente en la evolución de estos indicadores, desde la implantación del título.



PRINCIPALES INDICADORES (%)	Previs to en la memoria	TÍTULO					COMPARATIVAS CENTRO/UCA									
							CENTRO					UNIVERSIDAD				
		10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15
ISGC-P04-05: Tasa de rendimiento.		44,5 0%	55,3 0%	68,9 0%	72,5 0%	72,4 0%	58%	68,9 %	77,1 %	81,2 %	80,4 7%	65,7 %	70,6 %	75,8 %	76,1 %	77,1 %
ISGC-P04-06: Tasa de éxito.	70% ± 5%	57,7 0%	70,4 0%	77,9 0%	82,1 0%	81,3 0%	69,8 %	79,6 %	84,1 %	87,7 0%	87,8 1%	77,3 %	81,1 %	83,9 %	84,4 %	85,8 %
ISGC-P04-07: Tasa de evaluación.		77,2 0%	78,5 0%	88,4 0%	88,4 0%	89,0 0%	83,1 0%	86,6 0%	91,7 0%	92,6 0%	91,6 4%	85,0 %	87,1 %	90,3 %	90,1 %	89,9 %
ISGC-P04-09: Tasa de graduación.	10.0 ± 5%	-	-	-	8,15 %	4,35 %				24,5 9%	12,6 0%	-	-	32,5 %	17,4 %	19,6 %
ISGC-P04-10: Tasa de eficiencia.	60.0 ± 5%	-	-	-	99%	91,5 0%				96,5 0%	93,6 6%	-	-	94,7 %	96,4 %	94,6 %
ISGC-P04-08: Tasa de abandono.	20 ± 5%	-	-	-	40%	39,1 3%				30,9 0%	33,9 3%	-	-	22,1 %	29,1 %	27,7 %

Tal como refleja la tabla, la tasa de rendimiento se sitúa a niveles altos, superiores al 70%. Además, su evolución en el tiempo muestra una tendencia claramente ascendente desde el curso 2010-11.

La tasa de éxito, ha experimentado una tendencia ascendente respecto al curso 2010-11, muestra valores similares a los del Centro y la UCA y supera a lo previsto en la memoria verificada ( $70.0 \pm 5\%$ ).

Respecto a la tasa de eficiencia, se observan una reducción respecto al curso anterior, aunque se sitúa en niveles superiores a los del Centro y la UCA, superando el objetivo previsto en la memoria verificada ( $60.0 \pm 5\%$ ).

Sobre las tasas de rendimiento, éxito y evaluación respecto a otras Universidades podemos especificar que el grado se encuentra en valores intermedios, habiendo en otras Universidades valores algo superiores e inferiores.  
<https://goo.gl/KBQkyu>

La tasa de graduación se encuentra a un nivel ligeramente bajo, aunque se encuentra en dentro del límite previsto para la memoria ( $10 \pm 5\%$ ) para el curso 2013/2014, el único curso con datos definitivos actualmente para valorar dicha tasa. La tasa de graduación del curso 2014/2015 aún no es definitiva ya que faltan por computar el curso 2015/2016. La tasa de graduación del centro y la Universidad es superior a la del grado. Desde el reconocimiento de mejorar estos resultados pensamos que debemos esperar a obtener resultados de periodos temporales más amplios, ya que fue en el curso 2013-2014 cuando se gradúa la primera promoción del título. Además, un elevado número de estudiantes al finalizar el cuarto curso el resultado es que el alumnado en su mayoría, opta por retrasar también la realización del Trabajo Fin de Grado y, por tanto, su graduación. Respecto a esta cuestión, añadir que el alumnado retrasa la elaboración y ejecución de esta materia, trasladándola al curso siguiente, entre otras razones, porque para poder defenderlo ante la Comisión evaluadora necesita tener aprobadas todas las materias básicas y obligatorias del Título. Creemos necesario indicar que estos datos son provisionales y dadas las múltiples circunstancias que rodean la obtención del Grado (fechas de exámenes, convocatorias, etc.) pensamos que para el curso próximo los datos serán mejores y más acordes con la realidad el título. En cualquier caso, que el resto de los indicadores de resultados académicos muestren niveles normales y/o altos confirma este diagnóstico.

La tasa de abandono presenta una ligera reducción respecto al anterior curso, de todas formas aún supera los niveles de abandono del Centro y de la UCA, y está por encima de los valores previstos en la Memoria ( $20.0 \pm 5\%$ ). 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 (Acción de mejora 3).

Respecto a los demás grados de otras Universidades podemos comprobar que la tasa de abandono es un problema común que está en torno al 30% aproximadamente.

Debido al nivel de la tasa de graduación y sobre todo la tasa de abandono y siendo un problema que afecta a la mayoría de los Grados se ha llevado a cabo un exhaustivo estudio por parte de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación para analizar las causas de dichas tasas de abandono y establecer una elaboración y difusión de información sobre los estudios de Grados para futuros estudiantes. Informe sobre las actuaciones realizadas para el estudio de la tasa de abandono (<https://goo.gl/6Ymna1>).

Para finalizar indicar que la tasa de evaluación muestra valores muy notables, su evolución es positiva, aunque no puede establecerse comparación alguna ya que en la Memoria del título no se incorporaba este indicador

### 3.- Acceso y matriculación.

Los principales datos sobre acceso y matriculación en el título aparecen en la siguiente tabla:

PRINCIPALES INDICADORES (%)	TÍTULO					COMPARATIVAS CENTRO/UCA									
						CENTRO					UNIVERSIDAD				
	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15
ISGC-P02-01: Tasa de adecuación de la titulación.	46,9 4%	44,1 9%	44,9 6%	45,3 1%	65,0 4%	57,7 0%	54,1 2%	54,7 0%	55,30 %	66,29 %	59,7 %	65, %7	66,2 %	67,7 %	72,3 %
ISGC-P02-02: Tasa de ocupación del título.	98%	99,2 3%	99,2 3%	98,4 6%	102, 31%	100, 40%	100, 64%	99,1 0%	100,4 0%	101,7 0%	112, 7%	97,4 %	97,0 %	97,8 %	109, 3%
ISGC-P02-03: Tasa de preferencia del Título.	54%	62,3 1%	175, 38%	136, 92%	151, 35%	72,2 0%	79,3 6%	173, 60%	143,2 0%	157,5 1%	154, 6%	95,5 %	173, 1%	156, 2%	167, 6%
ISGC-P02-04: Tasa de renovación del título o tasa de nuevo ingreso.	-	-	-	-	30,8 6%	-	-	-	-	29,49 %	-	-	-	-	30,9
ISGC-P02 : Oferta de plazas	150	130	130	130	130	450	470	470	470	470	3683	4753	5248	5298	4808
ISGC-P02 : Matriculados de nuevo ingreso	136	117	140	149	133	428	451	492	516	478	4281	4662	5016	4872	5257

Hay que destacar los valores alcanzados por las tasas de adecuación, de ocupación y de preferencia del Título se han visto incrementado respecto a los anteriores cursos y actualmente cuenta con valores similares a los del Centro y la propia Universidad.

Respecto a la tasa de adecuación del Título y la tasa de preferencia del Título ha aumentado considerablemente respecto los anteriores cursos, por lo que podemos deducir para el curso 2014/2015 han habido más alumnos matriculados de nuevo ingreso que han elegido al Grado de Marketing e Investigación de Mercados como primera opción. Esto es una buena noticia para el Título, ya que a lo largo de los cursos han ido aumentando el interés y las preferencias de los alumnos potenciales en la realización del Grado.

Sobre la tasa de ocupación también nos encontramos en el curso 2014/2015 con el valor más alto desde la creación del Grado, superando con creces la demanda del título en relación a la oferta, más aun teniendo en cuenta que el Grado de Marketing e Investigación de Mercados es un título que cuenta con una gran oferta de plazas.

Sobre el informe de análisis del perfil de ingreso podemos comprobar que ha ido aumentando a lo largo de los cursos el porcentaje de alumnos que cumplen con el perfil de ingreso (perfil de ingreso de curso 13/14 y cursos anteriores <http://goo.gl/rO3wsN>) (perfil de ingreso del curso 14/15 <http://goo.gl/5fLm1j>). Esta propuesta se desarrolló elaborando un cuestionario para la mejora en la toma de datos en el proceso de medición del perfil de ingreso que evaluara la adecuación del perfil de ingreso de los alumnos según los requisitos siguientes:

- 1.- Motivación: Se mide por el hecho de que el alumno haya elegido este grado en primera opción.
- 2.- Años para realizar el bachillerato: Se pone como condición que el bachillerato se haya realizado como máximo en 3 años.
- 3.- Nota de acceso al grado: Se ha puesto como exigencia obtener en la prueba general de selectividad una nota mínima de 6.

Consideramos esencial un mejor conocimiento del Título en la sociedad en general y entre los alumnos de secundaria en particular. La Universidad cuenta con un programa de Orientación Universitaria del que el Centro forma parte, consistente en la visita a los núcleos más importante población de la provincia en los que se concentran a todos los institutos de la misma. A través de este programa se ofrecen sesiones informativas del proceso de acceso a la Universidad, en las que los Centros participamos con mesas de información en las que tanto padres como estudiantes pueden preguntar todo lo relacionado con nuestros grados. Para ello se ha procedido a reelaborar los contenidos de la información que se ofrece al alumnado de enseñanzas medias que asisten a las Jornadas de Orientación Universitaria que organiza el Vicerrectorado de Alumnado y en las que participa la Facultad de forma activa. Además, el Campus en el que nos encontramos cuenta con un plan de visitas para todos aquellos Centros que deseen conocerlo y, desde el propio Centro es atienden también las peticiones de algunos institutos para que acudamos a dar una sesión informativa sobre nuestros grados.

### 4.- Inserción laboral.

Siguiendo el Procedimiento para el seguimiento de la inserción laboral y satisfacción de los egresados con la formación recibida P07 (más info en: <http://goo.gl/ADiBaO>) cada curso académico se pone en marcha el *Cuestionario sobre Inserción laboral y Satisfacción de los egresados con la formación recibida* (HSGC-P07-01) mediante metodología de encuesta, sobre los egresados de Grado y Máster a los tres años de finalizar sus estudios. Seguidamente se detallan los resultados de los indicadores claves (más resultados en: <https://sistemadeinformacion.uca.es/publico>). Reseñar que el curso académico hace

referencia al curso de egreso.

Durante el curso 2015-16 se ha obtenido información sobre la satisfacción de los egresados del título (promoción 2013-14), a través de una encuesta realizada telefónicamente.

Sobre el grado de satisfacción de los egresados respectó al título es alta, siendo superior a la media del centro y a la media de la Universidad, lo cual puede dar una muestra de que los alumnos que han acabado el grado de Marketing e Investigación de Mercados han acabado satisfechos del mismo.

Se dispone adicionalmente de la inserción laboral de los egresados del título (promoción 2013-14) facilitada por el observatorio Argos del Servicio Andaluz de Empleo, que anualmente obtiene la tasa de inserción laboral de los egresados al año de haber obtenido el título (30 de septiembre de cada año) mediante el cruce de datos con las altas registradas en el Sistema de la Seguridad Social. Estos datos nos permiten observar el grado de inserción, aunque no asociado al perfil de estudios. Cabe mencionar que sólo recoge las altas de cotización de personas registradas en Andalucía, con el sesgo que ello conlleva (exclusión de inserción en otras Comunidades Autónomas y especialmente, en el extranjero, sin contar con los egresados que se encuentran cursando estudios de máster).

Respecto al índice de inserción laboral vemos que se encuentra en un valor superior a la del centro pero inferior al de la Universidad, habrá que comprobar los datos en posteriores cursos cuando más alumnos terminen el grado.

PRINCIPALES INDICADORES:	TÍTULO	COMPARATIVAS CENTRO/UCA	
		CENTRO	UNIVERSIDAD
	13-14	13-14	13-14
ISGC-P07-09: Grado de Satisfacción de los egresados con los estudios realizados.	3,45	3,27	3,36
ISGC-P07-01: Índice de inserción profesional. Primer Empleo.	37,5	36,17	41,8
ISGC-P07-03: Índice de inserción profesional (año realización encuestas) en cualquier sector profesional.	37,5	36,17	41,8
ISGC-P07-04: Tasa efectiva de inserción profesional (año realización encuestas) en un sector profesional relacionado con los estudios realizados.	66,67	100	83,23

##### 5.- Análisis de la sostenibilidad del título.

Teniendo en cuenta los indicadores incorporados en este Autoinforme, así como su evolución, consideramos que el título es totalmente sostenible, en este sentido, y en primer lugar, debemos indicar el buen desarrollo del plan de estudios, como viene confirmando los Informes de Seguimiento emitidos por la Agencia Andaluza del Conocimiento que consideran que , la implantación se ajusta por norma general a lo previsto en la memoria y que a partir de los indicadores de Sistema de garantía de Calidad se están llevando a cabo acciones de mejora.

Respecto al alumnado, el perfil de los alumnos matriculados se ajusta en lo especificado en la Memoria y los indicadores de acceso que aparecen en el apartado 7 de este informe muestran una evolución favorable desde la implantación del título. Conviene subrayar que la Tasa de Preferencia del Grado muestra una evolución positiva apuntando una tendencia de ligero incremento en la demanda del título.

En relación a los recursos con los que contamos para el desarrollo de las actividades formativas consideramos que contamos con recursos materiales y servicios adecuados y suficientes, como puede desprenderse de la lectura del indicador ISGC. P10-1 (<http://goo.gl/JXOGv5>) sobre el grado de satisfacción de los grupos de interés con las infraestructuras y servicios, que muestra una alta valoración de los recursos materiales para el desarrollo de la docencia del título por el PDI y el Alumnado.

La sostenibilidad del título está garantizada por un personal académico que mejora constante en su cualificación, experiencia investigadora y docente, constituyendo una plantilla docente profesorado notablemente competente y capacitada. En el curso 2010-11, primer curso de implantación del Grado, la plantilla estaba constituida por 10 profesores, de los que 7 (70%) pertenecía a alguna de las categorías de profesorado con vinculación permanente. Con la implantación de los siguientes cursos, el número de profesores fue incrementándose por las nuevas necesidades, hasta llegar a los 42 profesores del curso 14-15. De igual manera, el profesorado con vinculación permanente fue también aumentando: 14 en el curso 11-12 (58%), 22 en el 12-13 (78%), 33 en el 13-14 –año de implantación del último curso del Grado (72%) y 30 en el curso 14-15 (72%). Del mismo modo, el número de doctores con los que cuenta el Grado ha ido aumentando progresivamente a lo largo de los cursos analizados, pasando de un 40% de doctores en el curso 2010-11 a un 54,76% en el curso 2014-15. y, en cuanto a la experiencia docente e investigadora, los profesores del título han pasado de contar con 48 quinquenios y 3 sexenios en el curso 2010/11 a tener 95 quinquenios y 6 sexenios en el curso 2014/2015. Esta plantilla hace posible que las Tasas de éxito y rendimiento muestren una progresión positiva curso a curso.

En cuanto a resultados de aprendizaje, el desarrollo del plan de estudios, conforme a la Memoria verificada, es adecuado, coherente y no se han producido incidencias significativas, lo que ha permitido una correcta adquisición de las competencias por parte del alumnado. Del mismo modo, las actividades de formación incorporadas en las asignaturas del Grado recogidas en las fichas 1B son adecuadas para la obtención y adquisición de los resultados de aprendizaje y las competencias previstas en la Memoria del título.

El desarrollo del Título muestra cómo se han ido cumpliendo los objetivos de las tasas académicas incorporadas en la Memoria verificada, con una evolución ascendente observable en las tasas de eficiencia y de éxito. Estamos convencidos que la tasa de graduación mejorará a medida que avancen los cursos, y como consecuencia de la acción de mejora propuesta para el curso 2015/16, en el marco del Contrato Programa del Centro, orientada a incrementar la tasa de graduación. El grado de satisfacción de los grupos de interés es notable como lo muestran distintos indicadores incorporados en ese Autoinforme: con el título (ISGC-P08-02), con la docencia (ISGC-P09-05), con la planificación de la enseñanza y aprendizaje (ISGC-P04-02), con el desarrollo de la docencia (ISGC-P04-03), con los recursos materiales e infraestructuras del título (ISGC-P10-02), o con el desarrollo de las prácticas curriculares de la titulación (ISGC-P08-01).

Por todo ello, atendiendo a lo expuesto y a los indicadores disponibles, entendemos que el título es sostenible.

**Puntos Fuertes y/o logros:**

Incremento de la tasa de adecuación del Título y la tasa de preferencia del Título, por lo tanto más alumnos matriculados de nuevo ingreso han elegido al Grado de Marketing e Investigación de Mercados como primera opción

Incremento de la Tasa de ocupación, aun siendo uno de los grados de la Universidad de Cádiz con más plazas ofertadas.

Proceso continuado de mejora de las Tasas de rendimiento y éxito

Destacar positivamente los valores alcanzados en relación a la Tasa de éxito ya que se supera la previsión recogida en la Memoria del Título de este indicador.

Incremento de la previsión de la Tasa de eficiencia recogida en la Memoria del Título

**Puntos Débiles:**

Escaso conocimiento del Título en la sociedad en general y entre los alumnos de secundaria en particular

La tasa de graduación está a un nivel algo bajo, aun cumpliéndose el margen establecido en la memoria para el curso 2013/2014, único curso aún con datos finales.

Alta tasa de abandono, aun habiéndose reducido muy levemente en el último curso.

**Autoinforme del curso:**

**Propuestas de mejora más relevantes:**

**Impacto provocado en el título (relación causa-efecto):**

2013/2014	<p>Lograr mayores tasas de graduación</p> <p>Reuniones con alumnos de todos los cursos para tratar los problemas para la acreditación del B1 identificado como el principal factor que influye de manera destacada en el baja Tasa de graduación.</p>	<p>Esta acción tuvo una orientación errónea y no ha producido impacto alguno, pero ha determinado que, entre las acciones de mejora que se proponen para el curso 2015/16, en el marco del Contrato Programa del Centro, se incluya como acción 2, "Incrementar la tasa de graduación" <a href="https://goo.gl/87hxNq">https://goo.gl/87hxNq</a></p>
2013/2014	<p>Analizar la Tasa de abandono</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mediante colaboración de los alumnos de 1º curso en la recogida de información a través de un cuestionario en la que hemos identificado algunas de causas o razones para abandonar el título</li> <li>A través de una encuesta telefónica a una muestra de alumnos que han abandonado el Grado.</li> </ul>	<p>En este informe (<a href="https://goo.gl/6Ymnaj">https://goo.gl/6Ymnaj</a>) podemos encontrar las principales causas o razones detectadas de abandono, además de establecer una elaboración y difusión de información sobre los estudios de Grados para futuros estudiantes</p> <p>Con la finalidad de profundizar en este problema, entre las acciones de mejora del curso 2015/16 para el Contrato Programa del Centro, se incluye como acción 3, "Reducir la tasa de abandono en los Grados de Turismo, Gestión y Administración Pública y Marketing e I.M.". buscando las causas del abandono <a href="https://goo.gl/87hxNq">https://goo.gl/87hxNq</a></p>
2013/2014	<p>Mejorar la difusión del Grado entre los potenciales alumnos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Preparación de material audiovisual relacionado con el Grado para su uso y difusión.</li> <li>Elaboración de un video que se ha incorporado al canal de YouTube de la Facultad</li> <li>Reelaboración de la información del Grado que se ofrece a los potenciales alumnos en la jornadas de Orientación universitaria</li> </ul>	<p>Aun no tenemos posibilidades de evaluar el impacto</p>