



**Facultad de CC. Económ. y Empresariales**

**Grado en Marketing e Investigación de Mercados**

# **Memoria Anual 2010-2011**

## **del Sistema de Garantía de Calidad del Título**

**Generada en fecha: 28/06/2012 11:09**

- 1.- Comisiones participantes**
- 2.- Plan de Mejora**
- 3.- Buenas prácticas identificadas**
- 4.- Informe Anual de la CGCT**

# 1. Comisiones participantes

## Comisión de Garantía de Calidad del Título

Nombre	Fecha Alta	Vinculación
- FELIX SALVADOR PEREZ	2011-03-27	PDI
- FERNANDO CRIADO GARCIA-LEGAZ	2012-01-26	PDI
- FRANCISCO DAVID ADAME MARTINEZ	2011-03-27	PDI
- GUILLERMO SIERRA MOLINA	2011-03-29	(Externo)
- JAVIER RODRIGUEZ ALBA	2011-03-27	PDI
- JESUS ANTONIO CARRERA CORTES	2012-01-26	Alumno
- JOAQUIN REVUELTA GARCIA	2011-03-27	PDI
- JOSE LUIS ARQUERO MONTAÑO	2012-01-26	PDI
- JOSE MANUEL BORRAS ALVAREZ	2012-01-26	PDI
- JOSE MANUEL JIMENEZ MARTINEZ	2012-01-26	administrador
- LUIS ANGEL HIERRO RECIO	2011-03-27	PDI
- LUIS ANGEL HIERRO RECIO	2011-03-27	PDI
- LUIS GONZALEZ ABRIL	2012-01-26	PDI
- MANUEL JESUS SANCHEZ FRANCO	2011-03-27	Vicedecano de Ordenación Académica
- MARIA CARMEN ORTIZ DE TENA	2011-03-27	PDI
- MARIA DEL CARMEN MEDINA LOPEZ	2012-01-26	PDI
- RAQUEL LOPEZ ORTEGA	2011-03-27	<b>Secretario</b> Secretaria de laFacultad
- ROCIO YÑIGUEZ OVANDO	2011-03-25	<b>Presidente</b> Vicedecana de Investigación y Calidad

## Comisión de Garantía de Calidad del Centro

Nombre	Fecha Alta	Vinculación
- FELIX SALVADOR PEREZ	2011-03-27	PDI
- FERNANDO CRIADO GARCIA-LEGAZ	2012-01-26	PDI
- FRANCISCO DAVID ADAME MARTINEZ	2011-03-27	PDI
- GUILLERMO SIERRA MOLINA	2011-03-29	(Externo)
- JAVIER RODRIGUEZ ALBA	2011-03-27	PDI
- JESUS ANTONIO CARRERA CORTES	2012-01-26	Alumno
- JOAQUIN REVUELTA GARCIA	2011-03-27	PDI
- JOSE A. DONOSO ANES	2011-03-27	PDI
- JOSE IGNACIO CASTILLO MANZANO	2012-01-26	PDI
- JOSE MANUEL JIMENEZ MARTINEZ	2012-01-26	administrador

- JOSE VALLES FERRER	2011-03-27		PDI
- JOSE VALLES FERRER	2011-03-27		PDI
- LUIS ANTONIO PALMA MARTOS	2011-03-27		PDI
- LUIS GONZALEZ ABRIL	2012-01-26		PDI
- MANUEL JESUS SANCHEZ FRANCO	2011-03-27		Vicedecano de Ordenación Académica
- MARIA CARMEN ORTIZ DE TENA	2011-03-27		PDI
- MARIA DEL CARMEN MEDINA LOPEZ	2012-01-26		PDI
- RAQUEL LOPEZ ORTEGA	2011-03-27	Secretario	Secretaria de laFacultad
- ROCIO YÑIGUEZ OVANDO	2011-03-25	Presidente	Vicedecana de Investigación y Calidad

### Comisión de Seguimiento de Planes de Estudio

Nombre	Fecha Alta	Vinculación
- JOSE MANUEL JIMENEZ MARTÍNEZ	2011-03-27	Administrador de la Facultad
- JESÚS ANTONIO CARRERA CORTÉS	2011-03-27	Alumno
- BEATRIZ GARCÍA CARAZA	2011-03-27	Alumno
- MARIA DEL CARMEN BARROSO CASTRO	2011-03-27	PDI
- MAURICIO WAMBA DE LOS SANTOS	2011-03-27	PDI
- ROCIO SANCHEZ LISSEN	2011-03-27	PDI

## 2. Plan de Mejora

### Objetivos

- 1.- Mejorar la tasa de rendimiento del título en el primer curso
- 2.- Mejorar la participación del profesorado en proyectos de innovación docente
- 3.- Aumentar el número de alumno que eligen esta titulación en primer lugar
- 4.- Aumentar el número de puestos de ordenadores
- 5.- Aumentar el número de puestos en sala de estudios
- 6.- Mejorar la participación de alumnos, profesores y PAS en las encuestas de opinión sobre el grado de satisfacción del título
- 7.- Mejorar la participación de los distintos sectores del centro en la realización de propuestas concretas de mejora del centro.
- 8.- Mejorar las deficiencias en infraestructuras del centro

### Acciones de Mejora

**A1-180-2011:** Analizar las posibles causas determinantes del nivel de créditos superados respecto a los matriculados y diseñar la estrategia a seguir para mejorar el ratio de rendimiento del título divergencia entre los créditos superados con respecto a los

Desarrollo de la Acción: Diseño, y realización de un procedimiento de análisis que permitan conocer las causas determinate de la decisión de los alumnos sobre el número de créditos sometidos a evaluación y el resultado de la misma y estudio y aplicación de posibles soluciones

Objetivos referenciados: 1

Prioridad: B

Responsable: majesus@us.es; decaeco@us.es

Recursos necesarios: Personal técnico de apoyo  
material fungible

Coste: 1000

IA1-180-2011-1: Tasa de rendimiento del título

Forma de cálculo:  $N^{\circ}$  de créditos superados/ $n^{\circ}$  de créditos matriculados

Responsable: majesus@us.es;decaeco@us.es

Fecha obtención: 31-10-2013

Meta a alcanzar: reducir la diferencia entre la tasa de rendimiento y la tasa de éxito del título.

**A2-180-2011:** Motivar, animar y facilitar la participación del profesorado en proyectos de innovación docente

Desarrollo de la Acción: Diseño y ejecución de un plan de acción consistente en conocer las necesidades formativas específicas del profesorado del título, promoviendo cursos para cubrir dichas necesidades, así como informando a todos los profesores de la oferta formativa institucional de la Universidad de Sevilla

Objetivos referenciados: 2

Prioridad: B

Responsable: [esquinas@us.es](mailto:esquinas@us.es); [decaeco@us.es](mailto:decaeco@us.es)

Recursos necesarios: Personal técnico de apoyo  
Material fungible

Coste: 1000

IA2-180-2011-1: profesores participantes en proyectos de innovación docente

Forma de cálculo: Profesores participantes en proyectos de innovación docentes formativas/Total de profesores del título

Responsable: [esquinas@us.es](mailto:esquinas@us.es); [decaeco@us.es](mailto:decaeco@us.es)

Fecha obtención: 31-10-2012

Meta a alcanzar: Elevar el porcentaje de participación de profesores participantes en proyectos de innovación docente en relación al total de profesores del título

### **A3-180-2011:**

analizar y estudiar las causas determinantes del que un significativo porcentaje de alumnos no elijan esta titulación en primer lugar y hacer una campaña informativa mostrando las excelencias de este título

Desarrollo de la Acción: realización de charlas infoemativa a los alumnos de bachillerato que muestren interés por cursar este título y entrega de folletos informativos

Objetivos referenciados: 3

Prioridad: M

Responsable: [fjsantos@us.es](mailto:fjsantos@us.es); [decaeco@us.es](mailto:decaeco@us.es)

Recursos necesarios: Folletos y material de difusión

Coste: 300

IA3-180-2011-1: Número de alumnos que se matriculan en esta titulación en primera opción

Forma de cálculo: nº de estudiantes de nuevo ingreso matriculados en 1ª opción/nº de plazas ofertadas

Responsable: [fjsantos@us.es](mailto:fjsantos@us.es); [decaeco@us.es](mailto:decaeco@us.es)

Fecha obtención: 31-10-2012

Meta a alcanzar: Acortar la brecha entre la tasa de demanda de este título y la del resto de títulos de Grado del Centro

**A4-180-2011:** Estudiar , analizar, y en su caso, ejecutar las posibilidad de aumentar los puestos de ordenadores de la facultad

Desarrollo de la Acción: Estudio de los lugares en los que existe posibilidad técnica para instalación de nuevos puestos de ordenadores e instalarlo en los que sea más necesario

Objetivos referenciados: 4

Prioridad: B

Responsable: esquinas@us.es; decaeco@us.es

Recursos necesarios: Material técnico específico  
Personal técnico

Coste: 6000

IA4-180-2011-1: Numero de puestos de ordenadores por alumno

Forma de cálculo: No de puestos de ordenadores/nº total de alumnos del centro

Responsable: esquinas@us.es; decaeco@us.es

Fecha obtención: 31-10-2013

Meta a alcanzar: 1 ordenador por cada 5,3 alumno

**A5-180-2011:** Estudiar , analizar, y en su caso, ejecutar las posibilidad de aumentar los puestos en sala de estudio

Desarrollo de la Acción: Estudio de los lugares en los que existe posibilidad técnica para instalación de nuevos puestos de estudio y elegir aquel que mejor cumpla su función

Objetivos referenciados: 5

Prioridad: M

Responsable: esquinas@us.es; decaeco@us.es

Recursos necesarios: Material específico y personal técnico

Coste: 12000

IA5-180-2011-1: Numero de puestos en salas de estudio

Forma de cálculo: nº de puestos en sala de estudio/nº total de alumnos

Responsable: esquinas@us.es; decaeco@us.es

Fecha obtención: 31-10-2013

Meta a alcanzar: 1 puesto en sala de estudio por cada 12,5 alumno

**A6-180-2011:**

Diseño y puesta en marcha de una política informativa y de motivación entre los sectores implicados para mejorar la participación de alumnos, profesores y PAS en las encuestas de opinión sobre el grado de satisfacción del título

Desarrollo de la Acción: Utilización de diferentes medios de difusión (página web, correo electrónico, cartelería y folletos informativos)

Objetivos referenciados: 6

Prioridad: A

Responsable: fjsantos@us.es, decaeco@us.es

Recursos necesarios: cartelería y folletos explicativos

Coste: 300

IA6-180-2011-1: número de personas que contestan la encuesta

Forma de cálculo:  $\frac{\text{n}^\circ \text{ de personas que contestan a la encuesta}}{\text{n}^\circ \text{ de personas a la que va dirigida la encuesta}}$

Responsable: fjsantos@us.es, decaeco@us.es

Fecha obtención: 31-10-2012

Meta a alcanzar: Reducir la diferencia entre las personas que contestan la encuesta y el total de la población a la que va dirigida

**A7-180-2011:**

Diseño y puesta en marcha de una política informativa y de motivación entre los sectores implicados para mejorar su participación en los canales institucionales de proposición de sugerencias de mejoras.

Desarrollo de la Acción: Utilización de diferentes medios de difusión (página web, correo electrónico, cartelería y folletos informativos)

Objetivos referenciados: 7

Prioridad: A

Responsable: fjsantos@us.es; decaeco@us.es

Recursos necesarios: Cartelería y folletos informativos

Coste: 300

IA7-180-2011-1: número de sugerencias en relación al número de alumnos

Forma de cálculo:  $\frac{\text{n}^\circ \text{ de sugerencias}}{\text{n}^\circ \text{ de alumnos}}$

Responsable: fjsantos@us.es; decaeco@us.es

Fecha obtención: 31-10-2012

Meta a alcanzar: 1 sugerencia cada 250 alumnos

**A8-180-2011:** Adecuar la infraestructura del Centro a las necesidades actuales del mismo

Desarrollo de la Acción: Realización de memoria de necesidades, ordenación de las mismas en función del grado de necesidad, búsqueda de financiación y ejecución

Objetivos referenciados: 8

Prioridad: M

Responsable: esquinas@us.es, decaeco@us.es decaeco@us.es

Recursos necesarios: Material de obra  
Equipamiento  
Mobiliario

Coste: 30000

IA8-180-2011-1: Gasto efectivo en adaptación de infraestructura

Forma de cálculo: gasto efectivo/ gasto planificado

Responsable: esquinas@us.es; decaeco@us.es decaeco@us.es

Fecha obtención: 31-10-2013

Meta a alcanzar: Acortar la brecha entre las necesidades en infraestructura a cubrir y las cubiertas.

Fecha de aprobación en Junta de Centro	28-03-2012
--	------------

Pendiente de revisión por la Comisión de Garantía de Calidad de los Títulos de la Universidad de Sevilla



### 3. Buenas prácticas identificadas

#### Buenas prácticas

Denominación	Descripción
1.- JORNADAS INFORMATIVAS A LOS ALUMNOS DE 2º DE BACHILLERATO PARA EL CONOCIMIENTO DEL CENTRO Y DE SU OFERTA ACADÉMICA	Durante el primer trimestre del año se organizan jornadas informativas dirigidas a los alumnos de 2º de bachillerato de centros público y privados de Sevilla y su provincia para que conozcan las instalaciones de la Facultad y las titulaciones académicas impartidas en el centro , intentando así ayudarles en el importante proceso de decisión sobre su futuro académico
2.- ACTO DE BIENVENIDA A LOS ALUMNOS DE NUEVO INGRESO	Esta práctica persigue que los alumnos de nuevo ingreso se sientan acogidos por la comunidad universitaria de la que han entrado a formar parte y a la que pertenecerán en años decisivos para su formación académica y personal. Por todo ello, con actividades como ésta se potencia la integración social del estudiante de nuevo ingreso y su participación en acciones formativas.
3.- CURSO ESPECIAL DE ADAPTACIÓN PARA ALUMNOS DE NUEVO INGRESO	En algunas asignaturas en las que los alumnos vienen con una gran desigualdad de conocimiento, debido a la distinta naturaleza del bachillerato cursado, como es el caso de asignaturas como las matemáticas, resulta conveniente el impartir un ciclo formativo introductorio para aquellos alumnos con déficit de conocimientos en estas materias específicas
4.- HORARIOS LECTIVOS EN ARA A LA CONCILIACIÓN DE LA VIDA FAMILIAR Y PROFESIONAL	Hoy en día, la conciliación de la vida familiar y profesional es un valor institucional necesario para garantizar la sostenibilidad social.
5.- NOMBRAMIENTO DE COORDINADORES DE CURSO	Todos los cursos del Grado cuenta con un profesor encargado de coordinar las actividades académicas de los alumnos matriculados en las diferentes asignaturas que conforman los cursos implantados hasta ahora de la titulación
6.- ELIMINACIÓN DE BARRERAS FÍSICAS A LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD	Con este tipo de práctica se atiende el derecho de toda persona con discapacidad para desenvolverse con todas las garantías en un centro de enseñanza público



**Facultad de CC. Económ. y Empresariales**

**Grado en Marketing e Investigación de Mercados**

**Informe Anual de la Comisión de  
Garantía de Calidad del Título  
2010-2011**

**Fecha de aprobación: 16-03-2012**

## **Índice:**

### **1. Introducción**

- 1.1 Identificación del Título
- 1.2 Composición y nombramiento de la CGCT y demás Comisiones
- 1.3 Informe de desarrollo del plan de mejora del título del año anterior
- 1.4 Desarrollo del plan de trabajo e incidencias

### **2. Evaluación, análisis de los procedimientos del SGCT y propuestas de mejora:**

- P01: Medición y análisis del rendimiento académico
- P02: Evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado
- P03: Obtención y análisis de información complementaria sobre la calidad del título
- P04: Análisis de los programas de movilidad
- P05: Evaluación de las prácticas externas
- P06: Evaluación de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida
- P07: Evaluación y análisis de la satisfacción global con el título de los distintos colectivos
- P08: Gestión y atención de quejas, sugerencias e incidencias
- P09: Criterios y procedimientos específicos en el caso de extinción del título
- P10: Difusión del título
- P11: Sistema de análisis, mejora y seguimiento de la toma de decisiones

### **3. Propuesta del Plan de Mejora**

### **4. Buenas prácticas**

### **5. Valoración del proceso de evaluación**

## 1. Introducción

### 1.1 Identificación del Título

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

**CENTRO EN EL QUE SE IMPARTE:** FACULTAD DE CC. ECONÓM. Y EMPRESARIALES

### 1.2 Composición y nombramiento de la CGCT y demás Comisiones

#### Comisión de Garantía de Calidad del Título

Nombre	Fecha Alta	Vinculación
- FELIX SALVADOR PEREZ	2011-03-27	PDI
- FERNANDO CRIADO GARCIA-LEGAZ	2012-01-26	PDI
- FRANCISCO DAVID ADAME MARTINEZ	2011-03-27	PDI
- GUILLERMO SIERRA MOLINA	2011-03-29	(Externo)
- JAVIER RODRIGUEZ ALBA	2011-03-27	PDI
- JESUS ANTONIO CARRERA CORTES	2012-01-26	Alumno
- JOAQUIN REVUELTA GARCIA	2011-03-27	PDI
- JOSE LUIS ARQUERO MONTAÑO	2012-01-26	PDI
- JOSE MANUEL BORRAS ALVAREZ	2012-01-26	PDI
- JOSE MANUEL JIMENEZ MARTINEZ	2012-01-26	administrador
- LUIS ANGEL HIERRO RECIO	2011-03-27	PDI
- LUIS ANGEL HIERRO RECIO	2012-01-26	PDI
- LUIS GONZALEZ ABRIL	2012-01-26	PDI
- MANUEL JESUS SANCHEZ FRANCO	2011-03-27	Vicedecano de Ordenación Académica
- MARIA CARMEN ORTIZ DE TENA	2011-03-27	PDI
- MARIA DEL CARMEN MEDINA LOPEZ	2012-01-26	PDI
- RAQUEL LOPEZ ORTEGA	2011-03-27	<b>Secretario</b> Secretaria de laFacultad
- ROCIO YÑIGUEZ OVANDO	2011-03-27	<b>Presidente</b> Vicedecana de Investigación y Calidad

#### Comisión de Garantía de Calidad del Centro

Nombre	Fecha Alta	Vinculación
- FELIX SALVADOR PEREZ	2011-03-27	PDI
- FERNANDO CRIADO GARCIA-LEGAZ	2012-01-26	PDI
- FRANCISCO DAVID ADAME MARTINEZ	2011-03-27	PDI
- GUILLERMO SIERRA MOLINA	2011-03-29	(Externo)

- JAVIER RODRIGUEZ ALBA	2011-03-27		PDI
- JESUS ANTONIO CARRERA CORTES	2012-01-26		Alumno
- JOAQUIN REVUELTA GARCIA	2011-03-27		PDI
- JOSE A. DONOSO ANES	2012-01-26		PDI
- JOSE IGNACIO CASTILLO MANZANO	2012-01-26		PDI
- JOSE MANUEL JIMENEZ MARTINEZ	2012-01-26		administrador
- JOSE VALLES FERRER	2011-03-27		PDI
- JOSE VALLES FERRER	2012-03-14		PDI
- LUIS ANTONIO PALMA MARTOS	2011-03-27		PDI
- LUIS GONZALEZ ABRIL	2012-01-26		PDI
- MANUEL JESUS SANCHEZ FRANCO	2011-03-27		Vicedecano de Ordenación Académica
- MARIA CARMEN ORTIZ DE TENA	2011-03-27		PDI
- MARIA DEL CARMEN MEDINA LOPEZ	2012-01-26		PDI
- RAQUEL LOPEZ ORTEGA	2012-01-26	Secretario	Secretaria de laFacultad
- ROCIO YÑIGUEZ OVANDO	2011-03-27	Presidente	Vicedecana de Investigación y Calidad

### Comisión de Seguimiento de Planes de Estudio

Nombre	Fecha Alta	Vinculación
- JOSE MANUEL JIMENEZ MARTÍNEZ	2011-03-27	Administrador de la Facultad
- JESÚS ANTONIO CARRERA CORTÉS	2011-03-27	Alumno
- BEATRIZ GARCÍA CARAZA	2011-03-27	Alumno
- MARIA DEL CARMEN BARROSO CASTRO	2011-03-27	PDI
- MAURICIO WAMBA DE LOS SANTOS	2011-03-27	PDI
- ROCIO SANCHEZ LISSEN	2011-03-27	PDI

### **1.3 Informe de desarrollo del plan de mejora del título del año anterior**

El plan de mejora correspondiente al curso 2009-10, que fue aprobado por la Junta de Centro con fecha 30 de marzo de 2011 englobaba 8 acciones de mejora, que respondían a los siguientes objetivos.

- 1.- Mejorar la tasa de rendimiento del título
- 2.- Elevar el nivel de satisfacción de la actividad docente
- 3.- Fomentar la participación de los profesores en proyectos de innovación docente
- 4.- Ofrecer una buena y atractiva información del Grado a los futuros alumnos
- 5.- Aumentar los puntos de conexión para ordenadores
- 6.- Aumentar los puestos en salas de estudio
- 7.- Aumentar la participación de la comunidad universitaria en la proposición de sugerencias con la implantación del sistema Expon@us.es
- 8.- Aumentar la participación de la comunidad universitaria en la proposición de sugerencias con la implantación de un buzón físico en un lugar visible
- 9.- Mejorar las deficiencias de infraestructura.

Las acciones de mejoras incluidas en el citado plan se han llevado a cabo o están en proceso de implantación, de acuerdo con la prioridad temporal asignada en el mismo.

### **1.4 Desarrollo del plan de trabajo e incidencias**

Siguiendo las directrices marcadas en el sistema de Garantía de calidad del Título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados contenido en la memoria de verificación del citado Título y de acuerdo con el sistema de garantía de calidad de los títulos de la Universidad de Sevilla se ha llevado a cabo un protocolo de actuaciones en distintas fases:

- Fase I: Solicitud y recepción de datos. Se destaca la inestimable colaboración de la Unidad Técnica de Calidad de la Universidad de Sevilla, del PAS de la Secretaría y de los Directores de Departamento de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Sevilla.

- Fase II: Tratamiento de datos y resolución de pequeñas divergencias entre datos procedentes de las fuentes consultadas.

- Fase III: Elaboración de borrador por parte del Decanato de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Sevilla.

- Fase IV: Elaboración, discusión y aprobación del Informe por la Comisión de Garantía de Calidad del Título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

- Fase V: Traslado del Informe a la Comisión de Seguimiento de Planes de Estudios.

- Fase VI: Elaboración del informe definitivo por parte de la Comisión de Calidad del Centro con el Plan de mejora definitivo.

- Fase VII: Aprobación por la Junta de Facultad.

- Fase VIII: Envío de la memoria al Vicerrectorado de Docencia/Secretariado de Calidad.

- Fase IX. Publicación en la página web de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Sevilla.

## 2. Evaluación, análisis de los procedimientos del SGCT y propuestas de mejora:

### P01: Medición y análisis del rendimiento académico

	P01-MEDICIÓN Y ANÁLISIS DEL RENDIMIENTO ACADÉMICO	VALOR EN CURSO 1
I01-P01	TASA DE GRADUACIÓN DEL TÍTULO	NP
I02-P01	TASA DE ABANDONO DEL TÍTULO	NP
I03-P01	TASA DE ABANDONO INICIAL	NP
I04-P01	TASA DE EFICIENCIA DEL TÍTULO	NP
I05-P01	TASA DE ÉXITO DEL TÍTULO	73.13%
I06-P01	TASA DE ÉXITO DEL TRABAJO FIN DE GRADO O MÁSTER	NP
I07-P01	TASA DE RENDIMIENTO DEL TÍTULO	57.03%
I08-P01	TASA DE RENDIMIENTO DEL TRABAJO FIN DE GRADO O MÁSTER	NP
I09-P01	CALIFICACIÓN MEDIA DE LOS TRABAJOS FIN DE GRADO O MÁSTER	NP
I10-P01	NOTA MEDIA DE INGRESO	9.07
I11-P01	NOTA DE CORTE	7.74
I12-P01	ESTUDIANTES DE NUEVO INGRESO EN EL TÍTULO	87

#### CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LOS INDICADORES DEL PROCEDIMIENTO P01

En primer lugar debemos destacar que la tasa de éxito del título (P05-I05) en el curso 2010-11 (73,13%) ha superado en más de ocho puntos porcentuales a la correspondiente al curso anterior (64,35%).

En segundo lugar debemos apuntar que la tasa de rendimiento del título (P01-I07) correspondiente al curso 2010-11 (57,03%) se ha situado casi doce puntos porcentuales por encima del mismo indicador del curso 2009-10 (45,13%). A pesar de este importante incremento de la tasa de rendimiento del título, su valor no resulta del todo satisfactorio.

El valor de estos dos indicadores pone de manifiesto una cierta divergencia entre la tasa de éxito y de rendimiento del título, siendo conveniente el estudio del origen y causas de la misma y el planteamiento de posibles soluciones.

Hay que destacar la alta nota media de ingreso, en torno al 9, reflejo del alto nivel académico de los alumnos de nuevo ingreso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados.

#### PUNTOS FUERTES, DÉBILES Y PROPUESTAS DE MEJORA

##### PUNTOS FUERTES

1	La elevada tasa de éxito del título
---	-------------------------------------

##### PUNTOS DÉBILES

1	La divergencia existente entre la Tasa de éxito (P01-I05) y la Tasa de Rendimiento (P01-I07)
---	--

##### PROPUESTAS DE MEJORA

1	Reducir la diferencia entre la Tasa de Éxito (P01-I05) y la Tasa de Rendimiento (P01-I07)
---	---

### P02: Evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado

	P02-EVALUACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE LA ENSEÑANZA Y EL PROFESORADO	VALOR EN CURSO 1	VALOR EN CURSO 2	VALOR EN CURSO 3
--	--	------------------	------------------	------------------

I01-P02	NIVEL DE SATISFACCIÓN CON LA ACTUACIÓN DOCENTE DEL PROFESORADO	3.54	3.67	
I02-P02	RESULTADOS DE LAS EVALUACIONES ANUALES DE LA ACTIVIDAD DOCENTE DEL PROFESORADO	NP		
I03-P02	RESULTADOS DE LAS EVALUACIONES QUINQUENALES DE LA ACTIVIDAD DOCENTE DEL PROFESORADO	NP		
I04-P02	PROGRAMAS DE ASIGNATURAS PUBLICADOS EN EL PLAZO ESTABLECIDO	90.00%		
I05-P02	PROYECTOS DOCENTES PUBLICADOS EN EL PLAZO ESTABLECIDO	70.00%		
I06-P02	PROGRAMAS DE ASIGNATURAS ADECUADOS A LA NORMATIVA DE APLICACIÓN	100		
I07-P02	PROYECTOS DOCENTES ADECUADOS A LA NORMATIVA DE APLICACIÓN	100		
I08-P02	QUEJAS E INCIDENCIAS RELACIONADAS CON EL DESARROLLO DE LA DOCENCIA INTERPUESTAS A TRAVÉS DEL BUZÓN ELECTRÓNICO	-	-	-
I09-P02	QUEJAS E INCIDENCIAS RELACIONADAS CON LA EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES INTERPUESTAS A TRAVÉS DEL BUZÓN ELECTRÓNICO	-	-	-
I10-P02	RECURSOS DE APELACIÓN CONTRA LAS CALIFICACIONES OBTENIDAS INTERPUESTOS POR LOS ESTUDIANTES DEL TÍTULO			
I11-P02	CONFLICTOS RESUELTOS POR LAS COMISIONES DE DOCENCIA DEL CENTRO Y DE LOS DEPARTAMENTOS IMPLICADOS EN RELACIÓN CON EL DESARROLLO DE LA DOCENCIA			
I12-P02	PARTICIPACIÓN DEL PROFESORADO EN ACCIONES DEL PLAN PROPIO DE DOCENCIA	20.00%		
I13-P02	PARTICIPACIÓN DEL PROFESORADO EN ACCIONES FORMATIVAS	60.00%		
I14-P02	PARTICIPACIÓN DEL PROFESORADO EN PROYECTOS DE INNOVACIÓN DOCENTE	5.00%		
I15-P02	ASIGNATURAS IMPLICADAS EN PROYECTOS DE INNOVACIÓN	100.00%		
I16-P02	ASIGNATURAS QUE UTILIZAN LA PLATAFORMA DE ENSEÑANZA VIRTUAL	75.00%		

#### CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LOS INDICADORES DEL PROCEDIMIENTO P02

El nivel de satisfacción con la actuación docente del profesor este curso (3,67) está en línea con la media del centro ((3,65) y se estima que sólo está 5 centésimas por debajo del de la media de la Universidad.

Hay que destacar el alto grado de cumplimiento de los profesores responsables en la elaboración de los programas y



en cuanto a la publicación de los mismos en plazo y su adecuación a la normativa de aplicación.

También es digno de mención el alto porcentaje de uso de la plataforma de enseñanza virtual, lo que indica el alto compromiso del profesorado del Grado en Economía con el uso de las nuevas tecnologías docentes.

El ratio de participación del profesorado en proyectos de innovación docente únicamente recoge los proyectos aprobados y financiados en la convocatoria correspondiente al plan de Innovación docente del Vicerrectorado de Docencia e Innovación Docente, pero no todos los presentados a la citada convocatoria ni tampoco las actividades de innovación docente desarrolladas por los profesores de motu proprio y al margen de las convocatorias institucionales del plan propio de docencia.

El ratio de participación del profesorado en acciones formativas se ha multiplicado por tres con respecto al curso anterior, lo cual hemos de valorarlo de forma muy positiva. Aparte de las acciones formativas institucionales, que son las recogidas en este indicador, debemos mencionar las actividades de autoformación que desarrollan los profesores.

<b>PUNTOS FUERTES, DÉBILES Y PROPUESTAS DE MEJORA</b>	
<b>PUNTOS FUERTES</b>	
1	Alto grado de cumplimiento en la publicación en fecha y adecuación a la normativa de los programas
<b>PUNTOS DÉBILES</b>	
1	Alto porcentaje de uso de la plataforma virtual en las asignaturas del Grado.
<b>PROPUESTAS DE MEJORA</b>	
1	Mejorar la participación del profesorado en proyectos de Innovación docente

### **P03: Obtención y análisis de información complementaria sobre la calidad del título**

	<b>P03-OBTENCIÓN Y ANÁLISIS DE INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA SOBRE LA CALIDAD DEL TÍTULO</b>	<b>VALOR EN CURSO 1</b>
I01-P03	TASA DE OCUPACIÓN	71.67%
I02-P03	DEMANDA	62.50%
I03-P03	DEDICACIÓN LECTIVA DEL ESTUDIANTE	61.66
I04-P03	CRÉDITOS POR PROFESOR	6.00
I05-P03	PROFESORES DOCTORES IMPLICADOS EN EL TÍTULO	70.00%
I06-P03	CATEDRÁTICOS DE UNIVERSIDAD IMPLICADOS EN EL TÍTULO	10.00%
I07-P03	PROFESORES TITULARES DE UNIVERSIDAD IMPLICADOS EN EL TÍTULO	65.00%
I08-P03	PROFESORADO CON VINCULACIÓN PERMANENTE IMPLICADO EN EL TÍTULO	85.00%
I09-P03	PROFESORADO ASOCIADO IMPLICADO EN EL TÍTULO	5.00%
I10-P03	PROFESORADO PARTICIPANTE EN GRUPOS DE INVESTIGACIÓN PAIDI	75.00%
I11-P03	SEXENIOS RECONOCIDOS AL PROFESORADO	33.33%
I12-P03	PARTICIPACIÓN DEL PROFESORADO EN LA DIRECCIÓN DE TESIS	7.14%
I13-P03	PUESTOS DE ORDENADORES	0,18
I14-P03	PUESTOS EN BIBLIOTECA	0,02
I15-P03	PUESTOS EN SALA DE ESTUDIOS	0,07

#### **CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LOS INDICADORES DEL PROCEDIMIENTO P03**

El Grado en Marketing e Investigación de Mercados presenta una tasa aceptable de ocupación (71,67%), que ha supuesto

una reducción de dieciséis puntos porcentuales con respecto al curso anterior.

También la tasa de demanda del título en Maarketing e Investigación de Mercados correspondiente al curso 2010-11 se ha situado por debajo del relativo al curso anterior, pero sólo en 1, 9 puntos porcentuales.

La tasa de dedicación lectiva del estudiante está ligeramente por encima de una dedicación lectiva equivalente a un curso completo, debido a los alumnos de segundo que repiten asignaturas de primer curso.

Los profesores vinculados a este título son en su gran mayoría profesores con un compromiso docente e investigador pleno con la universidad, sin que falten profesores asociados que aportan a los alumnos su enriquecedora experiencia profesional.

En la actualidad hay un puesto de ordenador para cada 5,5 alumno; un puesto en biblioteca para cada 38,46 alumnos y un puesto en sala de estudio para 13,26 alumnos, considerando a todos los alumnos del centro. Estos ratios son el resultado de las limitaciones espaciales que tenemos en la Facultad y de la fuerte presión del alumnado debido a la convivencia de dos planes de estudios diferentes.

<b>PUNTOS FUERTES, DÉBILES Y PROPUESTAS DE MEJORA</b>	
<b>PUNTOS FUERTES</b>	
1	Alto número de doctores que imparten docencia en el título .
2	Alto porcentaje de profesores participantes en grupos de investigación.
<b>PUNTOS DÉBILES</b>	
1	El porcentaje de alumnos que no eligen este título en primera opción es de un 37,5%
<b>PROPUESTAS DE MEJORA</b>	
1	Mejorar la tasa de demanda

#### **P04: Análisis de los programas de movilidad**

	<b>P04-ANÁLISIS DE LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD</b>	<b>VALOR EN CURSO 1</b>
<b>I01-P04</b>	<b>TASA DE ESTUDIANTES PROCEDENTES DE OTRAS UNIVERSIDADES</b>	<b>17.24%</b>
<b>I02-P04</b>	<b>TASA DE ESTUDIANTES EN OTRAS UNIVERSIDADES</b>	<b>0.00%</b>
<b>I03-P04</b>	<b>NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES PROCEDENTES DE OTRAS UNIVERSIDADES</b>	<b>S/D</b>
<b>I04-P04</b>	<b>NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN OTRAS UNIVERSIDADES</b>	<b>S/D</b>

#### **CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LOS INDICADORES DEL PROCEDIMIENTO P04**

Durante el curso 2010-11 y al margen del programa Erasmus, se matricularon oficialmente en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados 25 alumnos extranjeros, procedentes de Francia (3), Alemania (3), Italia (3), Países Bajos (4), Bélgica (5), Portugal (1), Reino Unido (2), Brasil (3) y Turquía (1).

La convivencia en las aulas de alumnos de distintas nacionalidades en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales contribuye al desarrollo de la política de internalización, auspiciada por la universidad de Sevilla.

En el curso 2010-11 sólo estaban implantado los dos cursos del grado, por lo que ningún alumno de la titulación cumplía con el requisitos de tener aprobado el mínimo de créditos que se exigen en la diferentes convocatorias de fomento de la movilidad de nuestros estudiantes hacia otras universidades. Esta es la razón que explica que el indicador P04I02 presente un valor igual al 0%.

<b>PUNTOS FUERTES, DÉBILES Y PROPUESTAS DE MEJORA</b>	
<b>PUNTOS FUERTES</b>	
1	Existencia de alumnos extranjeros cuya interacción con los nacionales posibilitan el intercambio y enriquecimiento cultural e intelectual.
<b>PUNTOS DÉBILES</b>	
(No hay definidos)	
<b>PROPUESTAS DE MEJORA</b>	
(No hay definidas)	

#### P05: Evaluación de las prácticas externas

	<b>P05-EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS EXTERNAS</b>	<b>VALOR EN CURSO 1</b>
I01-P05	NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES EXTERNOS CON LAS PRÁCTICAS	NP
I02-P05	NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON LAS PRÁCTICAS EXTERNAS	NP
I03-P05	EMPRESAS CON CONVENIO PARA PRÁCTICAS EXTERNAS	
I04-P05	RESCISIONES O RENUNCIAS DE PRÁCTICAS	NP

#### CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LOS INDICADORES DEL PROCEDIMIENTO P05

(No hay conclusiones)

<b>PUNTOS FUERTES, DÉBILES Y PROPUESTAS DE MEJORA</b>	
<b>PUNTOS FUERTES</b>	
(No hay definidos)	
<b>PUNTOS DÉBILES</b>	
(No hay definidos)	
<b>PROPUESTAS DE MEJORA</b>	
(No hay definidas)	

#### P06: Evaluación de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida

	<b>P06-EVALUACIÓN DE LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS Y DE LA SATISFACCIÓN CON LA FORMACIÓN RECIBIDA</b>	<b>VALOR EN CURSO 1</b>
I01-P06	EGRESADOS OCUPADOS INICIALES	NP
I02-P06	TIEMPO MEDIO EN OBTENER EL PRIMER CONTRATO	NP
I03-P06	TIEMPO DE COTIZACIÓN DURANTE EL PRIMER AÑO COMO EGRESADO	NP
I04-P06	ADECUACIÓN DE LA ACTIVIDAD LABORAL A LA TITULACIÓN	NP
I05-P06	GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON LA FORMACIÓN RECIBIDA	NP
I06-P06	GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES CON LA FORMACIÓN ADQUIRIDA	NP

CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LOS INDICADORES DEL PROCEDIMIENTO P06

(No hay conclusiones)

<b>PUNTOS FUERTES, DÉBILES Y PROPUESTAS DE MEJORA</b>
<b>PUNTOS FUERTES</b>
(No hay definidos)
<b>PUNTOS DÉBILES</b>
(No hay definidos)
<b>PROPUESTAS DE MEJORA</b>
(No hay definidas)

**P07: Evaluación y análisis de la satisfacción global con el título de los distintos colectivos**

	<b>P07-EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN GLOBAL CON EL TÍTULO DE LOS DISTINTOS COLECTIVOS</b>	<b>VALOR EN CURSO 1</b>
I01-P07	GRADO DE SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO CON EL TÍTULO	5.35
I02-P07	GRADO DE SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL TÍTULO	4.00
I03-P07	GRADO DE SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON EL TÍTULO	S/D

CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LOS INDICADORES DEL PROCEDIMIENTO P07

El valor medio de satisfacción del alumnado con el título (5,35) está por encima del correspondiente a la media del centro (4,31) y al de la media de la universidad (4,22). Pero hay que señalar que estos valores proceden de la opinión del 13% de los alumnos matriculados en el Grado de Marketing e Investigación de Mercados en el curso 2010-11, es decir, de la opinión de 20 alumnos encuestados de los 154 matriculados.

En relación al dato relativo al grado de satisfacción del profesorado con el título (4,00) tenemos que señalar que procede de la opinión de sólo 3 profesores, por lo que no podemos concluir nada al respecto.

<b>PUNTOS FUERTES, DÉBILES Y PROPUESTAS DE MEJORA</b>	
<b>PUNTOS FUERTES</b>	
1	El grado de satisfacción del alumnado con el título está por encima de la media del centro y de la Universidad.
<b>PUNTOS DÉBILES</b>	
1	Escasa participación de alumnos, profesores y Pas en las encuestas de opinión sobre el nivel de satisfacción con el Título
<b>PROPUESTAS DE MEJORA</b>	
1	Mejorar la participación en la cumplimentación de las encuestas de opinión sobre el nivel de satisfacción del título.

**P08: Gestión y atención de quejas, sugerencias e incidencias**

	<b>P08-GESTIÓN Y ATENCIÓN DE QUEJAS, SUGERENCIAS E INCIDENCIAS</b>	<b>VALOR EN CURSO 1</b>
--	--	-------------------------

I01-P08	SUGERENCIAS INTERPUESTAS	-
I02-P08	QUEJAS INTERPUESTAS	-
I03-P08	QUEJAS RESUELTAS	-
I04-P08	INCIDENCIAS INTERPUESTAS	-
I05-P08	INCIDENCIAS RESUELTAS	-
I06-P08	FELICITACIONES RECIBIDAS	-

#### CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LOS INDICADORES DEL PROCEDIMIENTO P08

Desde octubre de 2010, funciona en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales el sistema Expon@us establecido por la Universidad de Sevilla para la gestión y atención normalizada de las quejas, sugerencias e incidencias.

La existencia de este sistema se ha anunciado a los alumnos por diversas vías: la página Web de la facultad, carteles en todas las clases del centro y anuncios reiterados en la pantalla digital existente en el patio central, utilizada para informar de cuestiones de interés para la comunidad universitaria.

A pesar de la difusión realizada de la existencia de este mecanismo institucional de participación de la Comunidad universitaria en la gestión del centro, el uso del mismo no ha sido muy elevado, debido quizás a la escasa cultura que existe en nuestra sociedad sobre este tipo de prácticas.

#### PUNTOS FUERTES, DÉBILES Y PROPUESTAS DE MEJORA

##### PUNTOS FUERTES

1	Inexistencia de quejas
---	------------------------

##### PUNTOS DÉBILES

1	Escasa participación de la comunidad universitaria del centro en la realización de propuestas concretas de mejora del centro
---	--

##### PROPUESTAS DE MEJORA

1	mejorar la participación de la comunidad universitaria del centro en la realización de propuestas concretas de mejora del mismo.
---	--

#### P09: Criterios y procedimientos específicos en el caso de extinción del título

	<b>P09-CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS ESPECÍFICOS EN EL CASO DE EXTINCIÓN DEL TÍTULO</b>	<b>VALOR EN CURSO 1</b>
--	--	-------------------------

#### CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LOS INDICADORES DEL PROCEDIMIENTO P09

(No hay conclusiones)

#### PUNTOS FUERTES, DÉBILES Y PROPUESTAS DE MEJORA

##### PUNTOS FUERTES

(No hay definidos)

##### PUNTOS DÉBILES

(No hay definidos)

##### PROPUESTAS DE MEJORA

(No hay definidas)

## P10: Difusión del título

	P10-DIFUSIÓN DEL TÍTULO	VALOR EN CURSO 1	VALOR EN CURSO 2	VALOR EN CURSO 3
I01-P10	ACCESO A LA INFORMACIÓN DEL TÍTULO DISPONIBLE EN LA WEB	3350		
I02-P10	QUEJAS E INCIDENCIAS SOBRE LA INFORMACIÓN DEL TÍTULO DISPONIBLE EN LA WEB	-	-	-
I03-P10	OPINIÓN DE LOS ESTUDIANTES SOBRE LA DISPONIBILIDAD, ACCESIBILIDAD Y UTILIDAD DE LA INFORMACIÓN EXISTENTE DEL TÍTULO EN LA WEB	5.42		
I04-P10	OPINIÓN DEL PROFESORADO SOBRE LA DISPONIBILIDAD, ACCESIBILIDAD Y UTILIDAD DE LA INFORMACIÓN EXISTENTE DEL TÍTULO EN LA WEB	2.67		
I05-P10	OPINIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS SOBRE LA DISPONIBILIDAD, ACCESIBILIDAD Y UTILIDAD DE LA INFORMACIÓN EXISTENTE DEL TÍTULO EN LA WEB	S/D		

### CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LOS INDICADORES DEL PROCEDIMIENTO P10

Los datos nos indican que existe un uso intenso de la información del título disponible en la página web, ya que el número de acceso a la información del título disponible en la WEB (3350) es muy superior al número de plazas ofertadas de nuevo ingreso en el grado de Marketing e Investigación de Mercados en el curso 2010-11.

En relación a la opinión de los estudiantes sobre la disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información existente en el título en la WEB (5,42), así como la opinión del profesorado sobre los mismos conceptos (2,67) debemos indicar que proceden de muestras de alumnos y profesores poco representativas (20 encuestas de alumnos y 3 encuestas de profesores)

### PUNTOS FUERTES, DÉBILES Y PROPUESTAS DE MEJORA

#### PUNTOS FUERTES

1	Gran uso de la información existente en la página web del título de Grado en Administración y Dirección de Empresas
---	---

#### PUNTOS DÉBILES

(No hay definidos)

#### PROPUESTAS DE MEJORA

(No hay definidas)

## P11: Sistema de análisis, mejora y seguimiento de la toma de decisiones

	P11-SISTEMA DE ANÁLISIS, MEJORA Y SEGUIMIENTO DE LA TOMA DE DECISIONES	VALOR EN CURSO 1
I01-P11	ACCIONES DE MEJORA REALIZADAS	9

### CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DE LOS INDICADORES DEL PROCEDIMIENTO P11

En el plan de mejora del título correspondiente al curso académico 2009-10 se establecieron 9 acciones de mejora, que pasamos a analizar:

1ª Acción de mejora: Analizar las causas que motivan un nivel de superación de los créditos de primer curso próximo al 50%.  
Proposición de soluciones de reducción del fracaso escolar detectado.

Objetivo propuesto: mejorar la tasa de rendimiento del título en el primer curso

Indicador de seguimiento: tasa de rendimiento académico por asignatura y convocatoria

prioridad asignada: Se estableció un periodo de 2 años para el desarrollo de la acción, por lo que estamos todavía inmerso en el periodo de ejecución de esta acción de mejora.

Conclusiones: En el curso 2009-10, en el que sólo estaba en funcionamiento el primer curso del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, la tasa de rendimiento fue del 45,13%. En el curso 2010-11, en el que se impartieron los dos primeros cursos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados esta tasa se situó en el 57,03 %. Aunque no son directamente comparables, ya que la primera considera un sólo curso y la segunda engloba a dos, el comportamiento del indicador no deja de ser satisfactorio. No obstante debemos seguir trabajando en este aspecto para mejorar la tasa de rendimiento del título por curso y también a nivel global.

2ª Acción de mejora: Profundizar en políticas y estrategias de mejora que eleven los niveles de satisfacción del alumnado con la actuación docente del profesorado. Acciones encaminadas a mejorar la utilidad de la relación profesor-alumno así como el grado de participación activa e integración social del estudiante.

Objetivo: Elevar el nivel de satisfacción de la actividad docente

Indicador de seguimiento: Nivel medio de satisfacción de los alumnos en las encuestas realizadas por los alumnos

Prioridad asignada: Se estableció un periodo de 12 meses para alcanzar la meta de elevar el nivel de satisfacción del alumnado con la actuación docente del profesorado.

Conclusiones: El nivel medio de satisfacción del alumnado del Grado en Marketing e Investigación de Mercados con la actuación docente del profesorado, en el curso 2010-11 (3,676) se ha situado en 13 décimas por encima del mismo indicador correspondiente al curso 2009-10. Por lo que la meta se ha logrado, además no podemos dejar de reseñar que este índice se ha situado por encima de la media del centro y de la Universidad.

3ª Acción de Mejora: Incentivar y promover la participación del profesorado en proyectos de innovación docente.

Objetivo: Fomentar la participación de los profesores en proyectos de innovación docente

Prioridad: Se estableció un periodo de ejecución de la acción de 12 meses

Conclusiones: desde el Vicedecanato de Innovación Docente se ha llevado a cabo una intensa labor de fomento e incentivación de la participación del profesorado en proyectos de innovación docente, con información puntual y directa a los profesores, a través del correo electrónico y también a través de la página WEB de las convocatorias de ayudas para proyectos de innovación docente correspondientes al Plan Propio de docencia de la Universidad de Sevilla, lo que se tradujo en la presentación de un número importante de solicitudes de ayudas para la implantación de proyectos de innovación docente, aunque no todos consiguieron la financiación necesaria para llevarlos a cabo.

En el curso 2010-11 se celebró en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales una nueva edición de las Jornadas de Investigación e innovación docente, con un alto índice de participación tanto de profesores del centro como de otras facultades de la Universidad de Sevilla, que permitió un enriquecedor intercambio de experiencias en el campo de la innovación docente, contribuyendo así al incremento del acervo en la innovación docente universitaria al servicio de una enseñanza de excelencia.

4ª Acción de Mejora: Ofrecer una buena y atractiva información del Grado a los futuros alumnos

Objetivo: Elevar el porcentaje de alumnos que eligen el título como primera opción

prioridad: Se estableció un periodo de 12 meses para lograr la meta

Conclusiones: a pesar del esfuerzo realizado por el centro en todos los foros en los que ha participado presentando los títulos impartidos en el centro con folletos renovados, exponiendo la información de los títulos de una manera clara y atractiva, no se ha conseguido mejorar la tasa de Demanda del título en el Grado de Marketing e Investigación de Mercados y por tanto, debemos intensificar el trabajo en esa línea.

5ª Acción de mejora: Aumentar los puntos de conexión eléctrica para ordenadores

Objetivo: aumentar los puntos de conexión para ordenadores

Prioridad: Se estableció un periodo de 12 meses para alcanzar la meta de aumentar el ratio de puntos de conexión para

ordenadores por alumnos

Conclusiones: Los puntos de conexión para ordenadores se incrementaron en un 36% en el curso 2010-11 con respecto al curso 2009-10, lo que ha permitido lograr el objetivo propuesto al pasar el ratio de nº de puestos para ordenadores de 0,14 (curso 2009-10) a 0,18 (curso 2010-11). Debemos reseñar que el objetivo propuesto se ha podido cumplir a pesar de que el número de alumnos experimentó un crecimiento del 11% en el curso 2010-11 con respecto al curso 2009-10.

6ª Acción: Aumentar puestos en sala de estudios, así como articular propuestas de futuro para el diseño y puesta a disposición de los estudiantes de salas de estudio y trabajo en equipo que potencien las capacidades de pensamiento crítico y labor cooperativa.

Objetivo: Aumentar el número de puestos en Salas de estudios

Prioridad: Se estableció un plazo de 12 meses para la consecución del objetivo de elevar el ratio de puestos de salas de estudio por alumno

Conclusiones: Los puestos en salas de estudio se han ampliado en el curso 2010-11 con la apertura de una Sala multiuso en la planta sótano del centro, equipada con los medios técnicos necesarios para facilitar la labor de estudio y aprendizaje de los alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Sevilla. A pesar del incremento de alumnos registrado en el curso 2010-11, el ratio de puestos en salas de estudios por alumno no ha experimentado descenso alguno.

7ª Acción: Incorporar el canal institucional común de la Universidad de Sevilla para la tramitación y gestión de quejas y sugerencias

Objetivo: Aumentar la participación de la comunidad universitaria en la proposición de sugerencias

Prioridad: Se estableció un plazo de 6 meses para la ejecución de la acción

Conclusiones: En el mes de octubre 2010 se incorporó al sistema de gestión y tramitación de quejas y sugerencias del centro, el sistema Expon@us., que es el propuesto como sistema común para la gestión de quejas y sugerencias por la Universidad de Sevilla. En el nuevo sistema se han registrado medio centenar de entradas, que se reparten entre incidencias, sugerencias, quejas y felicitaciones. Estos indicadores reflejan un potencial de crecimiento importante, dado además la novedad del sistema y la escasa costumbre de participar en la gestión de los temas comunes, a través de la interposición de quejas y sugerencias que existe en nuestra sociedad, en general y en la universidad, en particular.

8ª Acción: establecimiento de un buzón físico de quejas y sugerencias en un lugar visible del centro

Objetivo: Aumentar la participación de la comunidad universitaria en la mejora del funcionamiento del centro, facilitando los canales de comunicación preciso para ello.

Prioridad: Se estableció un plazo de 6 meses para la ejecución de esa medida, que se llevó a cabo en mucho menos tiempo.

Conclusiones: En noviembre de 2010 quedó instalado junto a la conserjería un buzón de color rojo, que es perfectamente visible por toda la persona que transite por el patio central de la facultad, que es la columna vertebral de la Facultad y paso obligatorio diario tanto de alumnos como de profesores. Al igual que sucede con el sistema informático Expon@us, las sugerencias y quejas depositadas en el buzón físicos son escasas en relación a los miembros que integran la comunidad universitaria de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Sevilla, debido, igualmente, a la escasa costumbre existente en la utilización de estos medios como canales de participación en temas de interés común.

9ª Acción: Redistribución de espacios docentes para dar cobertura a todos los grupos del título

Objetivo: mejorar las deficiencias de infraestructuras

Prioridad: se estableció un plazo de 12 meses para resolver el problema de falta de espacio docente para albergar a todos los grupos de las diferentes titulaciones del centro.

Coincidiendo con el periodo no lectivo correspondiente a los meses del verano del 2011 se procedió a la división de la antigua aula 01 en dos aulas de dimensiones más reducidas y ajustadas a las nuevas necesidades docentes. A estas aulas se les dotó de nuevo equipamiento consistente en: pupitres, audiovisuales –ordenador, cañón, pantalla, megafonía-, mesa profesor con de control audiovisuales integrados, sillón profesor, pizarra, tarima, aire acondicionado, cortinas para la división de las aulas, percheros, papeleras).

También, en el mismo periodo del curso 2010-11 se llevó a cabo la redistribución espacial de las aulas 11 y 12, resultando dos aulas ajustadas a las necesidades docentes. Estas aulas también han sido equipadas con:

pupitres, audiovisuales –ordenador, cañón, pantalla, megafonía-, mesa profesor con de control audiovisuales integrados, sillón profesor, tarima, aire acondicionado aula 12, percheros, papeleras.

Es intención de la dirección del centro seguir trabajando en esta línea, siempre que las limitaciones presupuestarias lo permitan.



<b>PUNTOS FUERTES, DÉBILES Y PROPUESTAS DE MEJORA</b>	
<b>PUNTOS FUERTES</b>	
1	Alto grado de cumplimiento de los objetivos propuestos
<b>PUNTOS DÉBILES</b>	
1	La persistencia de deficiencias en infraestructura del centro.
<b>PROPUESTAS DE MEJORA</b>	
1	Mejorar las deficiencias en infraestructuras del centro

#### 4. Buenas prácticas

	Denominación	Descripción
1	JORNADAS INFORMATIVAS A LOS ALUMNOS DE 2º DE BACHILLERATO PARA EL CONOCIMIENTO DEL CENTRO Y DE SU OFERTA ACADÉMICA	Durante el primer trimestre del año se organizan jornadas informativas dirigidas a los alumnos de 2º de bachillerato de centros público y privados de Sevilla y su provincia para que conozcan las instalaciones de la Facultad y las titulaciones académicas impartidas en el centro , intentando así ayudarles en el importante proceso de decisión sobre su futuro académico
2	ACTO DE BIENVENIDA A LOS ALUMNOS DE NUEVO INGRESO	Esta práctica persigue que los alumnos de nuevo ingreso se sientan acogidos por la comunidad universitaria de la que han entrado a formar parte y a la que pertenecerán en años decisivos para su formación académica y personal. Por todo ello, con actividades como ésta se potencia la integración social del estudiante de nuevo ingreso y su participación en acciones formativas.
3	CURSO ESPECIAL DE ADAPTACIÓN PARA ALUMNOS DE NUEVO INGRESO	En algunas asignaturas en las que los alumnos vienen con una gran desigualdad de conocimiento, debido a la distinta naturaleza del bachillerato cursado, como es el caso de asignaturas como las matemáticas, resulta conveniente el impartir un ciclo formativo introductorio para aquellos alumnos con déficit de conocimientos en estas materias específicas
4	HORARIOS LECTIVOS EN ARAS A LA CONCILIACIÓN DE LA VIDA FAMILIAR Y PROFESIONAL	Hoy en día, la conciliación de la vida familiar y profesional es un valor institucional necesario para garantizar la sostenibilidad social.
5	NOMBRAMIENTO DE COORDINADORES DE CURSO	Todos los cursos del Grado cuenta con un profesor encargado de coordinar las actividades académicas de los alumnos matriculados en las diferentes asignaturas que conforman los cursos implantados hasta ahora de la titulación
6	ELIMINACIÓN DE BARRERAS FÍSICAS A LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD	Con este tipo de práctica se atiende el derecho de toda persona con discapacidad para desenvolverse con todas las garantías en un centro de enseñanza público

#### 5. Valoración del proceso de evaluación

El trabajo de la Comisión de Garantía de Calidad del título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados ha estado marcado por la renovación de los miembros de la misma en octubre de 2011, al cumplirse los tres años previsto para su permanencia en la citada Comisión, tal como se recoge en el

sistema de Garantía de calidad del Título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados, contenida en la Memoria de Verificación del mismo. Esta circunstancia ha impedido un desarrollo uniforme y fluido en el trabajo de la comisión en cuanto a la valoración y realización del informe de calidad del curso 2010-11.

Valoramos de forma muy positiva la aportación de los datos de los diferentes indicadores por parte de la Unidad Técnica de Calidad de la Universidad de Sevilla, aunque hemos echado en falta una información clara y detallada sobre la fecha en la que estaban disponible los datos en la aplicación Logros, así como las novedades que presentaba el proceso y de la citada aplicación este año en relación con el anterior. también sería deseable que la Unidad Técnica de Calidad nos facilitase valores de referencias de otras titulaciones de similar naturaleza de la Universidad de Sevilla y de facultades de Ciencias Económicas y Empresariales de Andalucía.

Dada la importante carga burocrática que supone la aplicación del sistema de Garantía de Calidad de los Título, consideramos necesario que se realice, al menos una reflexión sobre la posibilidad de simplificar los procesos, de tal manera que la carga burocrática del sistema no impida el poder llevar a la práctica acciones efectiva de mejora de la calidad. También sugerimos que se abran líneas específicas de apoyo a la gestión de la calidad en los centros, al igual que existen en otros apartados como el de la innovación docente.