

# GRADO EN MARKETING

## ACCIONES DE MEJORA

### CURSO 2018-2019

#### **PROPUESTAS:**

PLAN DE MEJORA 1: Apertura de nueva modalidad SEMIPRESENCIAL

##### **Acción de mejora**

###### **1.Objetivo de la mejora:**

Reducir la tasa de abandono por incompatibilidad con la actividad laboral a tiempo completo.

###### **2.Indicador de seguimiento:**

Tasa de abandono externo

###### **3.Seguimiento /cumplimiento:**

Vicerrectorado de Ordenación Académica

Vicedecanato de Calidad

Coordinación del Grado

###### **4.Observaciones:**

Apoyo y aprobación institucional para su desarrollo e implantación

PLAN DE MEJORA 2: Mejorar la comunicación y la información que los Coordinadores ERASMUS/MUNDE ofrecen al alumnado.

##### **Acción de mejora**

###### **1.Objetivo de la mejora:**

Mejorar la calidad del servicio a los alumnos

###### **2.Indicador de seguimiento:**

PM. OUT) Índice de Satisfacción con el Programa de Movilidad (alumnos salientes)

###### **3.Seguimiento /cumplimiento:**

Vicedecanato de Relaciones Internacionales

###### **4.Observaciones:**

Apoyo institucional para planificar o redimensionar el número de alumnos por Coordinador ERASMUS/MUNDE

PLAN DE MEJORA 3: Activación de alguna de las optativas ya contempladas en la Memoria del Grado Marketing.

#### Acción de mejora

**1.Objetivo de la mejora:**

Ampliar la oferta académica del Grado de Marketing

**2.Indicador de seguimiento:**

Reuniones con Vicerrectorado de Ordenación Académica.

**3.Seguimiento /cumplimiento:**

Vicerrectorado de Ordenación Académica.

**4.Observaciones:**

Apoyo institucional para cursos de formación, si hiciera falta

PLAN DE MEJORA 4: Evitar solapamientos de contenidos entre asignaturas.

#### Acción de mejora

**1.Objetivo de la mejora:**

Mejorar la satisfacción de los alumnos con el Grado

**2.Indicador de seguimiento:**

Índice de satisfacción de alumnos con el Grado

**3.Seguimiento /cumplimiento:**

Coordinación del Grado

**4.Observaciones:**

Reuniones de coordinación entre Coordinadores de las asignaturas implicadas.

## SEGUIMIENTO Y CONTROL:

PLAN DE MEJORA 1: Mejora en la actualización del grado en Marketing a través de contenidos actuales en algunas asignaturas de la titulación.

#### Acción de mejora

**1.Objetivo de la mejora:**

Tratar de adaptar a través de algunas asignaturas específicas las tendencias de marketing actuales.

**2.Indicador de seguimiento:**

Reuniones previas con los profesores implicados en dichas asignaturas para que lo puedan incorporar a los contenidos de sus guías docentes.

**3.Seguimiento /cumplimiento:**

Cumplida

**4.Observaciones:**

Apoyo institucional para cursos de formación, si hiciera falta.



PLAN DE MEJORA 2: Activación de alguna de las optativas ya contempladas en la Memoria del Grado Marketing.

#### Acción de mejora

**1.Objetivo de la mejora:**

Ampliar la oferta académica del Grado de Marketing.

**2.Indicador de seguimiento:**

Reuniones con Vicerrectorado de Ordenación Académica.

**3.Seguimiento /cumplimiento:**

En proceso

**4.Observaciones:**

Apoyo institucional para cursos de formación, si hiciera falta.