

GRADO EN MARKETING

ACCIONES DE MEJORA

CURSO 2020-2021

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 Seguimiento y Calidad

Coordinación del Grado

4.Observaciones:

PLAN DE MEJORA 2: Revisión de los Planes Conjuntos con Grado Marketing

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Revisión de los itinerarios formativos de los planes conjuntos.

2.Indicador de seguimiento:

Realización de propuestas de los planes conjuntos a Vicerrectorado de Organización Académica.

3.Seguimiento /cumplimiento:

Vicerrectorado de Ordenación Académica

Vicedecanato de Seguimiento y Calidad

Coordinación del Grado

4.Observaciones:



PLAN DE MEJORA 3: Incorporación y seguimiento de contenidos actualizados de marketing digital en aquellas asignaturas que se detecte que hace falta, tratando de facilitar la formación a los profesores que lo necesiten.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Mejorar la calidad del grado, actualizándolo.

2.Indicador de seguimiento:

Incorporación de nuevos contenidos en las Guías docentes de aquellas asignaturas que precisen la actualización y a través del Índice de Satisfacción por parte de los alumnos.

3.Seguimiento /cumplimiento:

Coordinación del Grado

4.Observaciones:

PLAN DE MEJORA 4: Mejorar la coordinación entre los profesores que comparten misma asignatura en el POD.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Mejorar el servicio a los alumnos.

2.Indicador de seguimiento:

A través del índice de satisfacción por parte de alumnos en la memoria anual de seguimiento del Grado.

3.Seguimiento /cumplimiento:

Coordinación del Grado

4.Observaciones:

SEGUIMIENTO Y CONTROL:

PLAN DE MEJORA 1: Seguir mejorando 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:

Cumplido

4.Observaciones:

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

PLAN DE MEJORA 2: Conseguir activar las optativas que ya están aprobadas y no se han activado.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Mejorar y actualizar el Plan de estudios

2.Indicador de seguimiento:

Incorporación en el POD de los profesores

3.Seguimiento /cumplimiento:

Cumplido

4.Observaciones:

Apoyo y aprobación institucional para su incorporación en la planificación docente.

PLAN DE MEJORA 3: 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:

En proceso

4.Observaciones:

Apoyo y aprobación institucional para su incorporación en la planificación docente.

PLAN DE MEJORA 4: Revisión de los planes conjuntos con Grado Marketing.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Revisión de los itinerarios formativos de los planes conjuntos.

2.Indicador de seguimiento:

Realización de propuestas de revisión de los Planes Conjuntos a Vicerrectorado de Ordenación Académica.

3.Seguimiento /cumplimiento:

En proceso

4.Observaciones:

Apoyo institucional de Vicerrectorado de Ordenación Académica, Vicedecanato Calidad, Coordinación del Grado y alumnos.