

GRADO EN MARKETING

ACCIONES DE MEJORA

CURSO 2012-2013

PROPUESTAS:

PLAN DE MEJORA 1: Falta de información en relación a las Prácticas de empresa (por ej.: como acceder a las empresas con convenios) y Trabajos Fin de Grado (asignación de profesor). Hay alumnos que les resulta muy complicado acceder a un tema que les resulte interesante.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Mejorar la comunicación en este aspecto con respecto a los alumnos en general.
Concienciar a los profesores para que sean más accesibles con sus temas a los alumnos

2.Indicador de seguimiento:

Reuniones informativas entre el Coordinador y Vicedecanato de LA UPE y TFG para que la información aparezca de forma más clara.
Observar que el número de correos preguntando sobre estos aspectos disminuye.

3.Seguimiento /cumplimiento:

4.Observaciones:

PLAN DE MEJORA 2: Descontento por parte de los alumnos de 4º curso con una de las optativas del Grado (Análisis y previsión de ventas).

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Al estar contemplada en el Plan de estudios (y no fácil de modificar), se intenta motivar a los alumnos haciéndoles ver su importancia.

2.Indicador de seguimiento:

Preguntando a los profesores de dicha asignatura por la evolución, motivación de los alumnos en ella.

3.Seguimiento /cumplimiento:

4.Observaciones:

PLAN DE MEJORA 3: Falta de seminarios y conferencias relacionadas con el Grado

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Aumentar el número de seminarios y conferencias sobre marketing (o relacionado con esta disciplina)

2.Indicador de seguimiento:

Número de seminarios, conferencias, talleres... organizados

3.Seguimiento /cumplimiento:

4.Observaciones:

SEGUIMIENTO Y CONTROL:

PLAN DE MEJORA 1: Se ha detectado algún solapamiento (pocos) entre algunos apartados dentro del temario de alguna asignatura.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Evitar repeticiones dentro de los programas.

2.Indicador de seguimiento:

Puesta en contacto a los profesores responsables de impartirla para que modificaran sus guías docentes antes de publicarlas. Por ej.: Comportamiento del Consumidor y Psicología aplicada al marketing.

3.Seguimiento /cumplimiento:

Se han modificado varios programas en los que se había detectado algún tipo solapamiento como en:

- Comportamiento del consumidor (3º curso) con Psicología aplicada al marketing (2º curso)
- Política de comunicación (3º curso) con Marketing y Dirección y comunicación (4º curso)

4.Observaciones:

PLAN DE MEJORA 2: En matemáticas empresariales y estadística el alumnado en general viene con un nivel bastante bajo.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Aumentar el índice de aprobados y reducir el número de no presentados.

2.Indicador de seguimiento:

Índice de aprobados y número de no presentados. Pensamos que no es culpa solo del alumno ya que en Bachillerato la rama de Sociales (de la cuál vienen la inmensa mayoría), tienen un nivel que no cubre las expectativas. También influye la mentalidad con la que llegan los alumnos a esta titulación.

3.Seguimiento /cumplimiento:

No se ha notado mejoría en este aspecto. Si bien están más mentalizados que antes.

4.Observaciones:

PLAN DE MEJORA 3: El número de alumnos dificulta en ocasiones que los programas no se puedan terminar en el tiempo previsto.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Mejorar la calidad de la enseñanza. Reducir el número de alumnos por grupo

2.Indicador de seguimiento:

Número de alumnos por grupo. De difícil solución. Habría que incorporar más grupos (y no hay presupuesto).

3.Seguimiento /cumplimiento:

En aquellos casos donde el número de temas era muy elevado, se ha hablado con el Responsable de la asignatura para que los reduzca (sin perder contenidos fundamentales, solo superficiales)

4.Observaciones:

PLAN DE MEJORA 4: Hay un total desconocimiento por parte de los alumnos Erasmus por el sistema de evaluación. Problemas con la reevaluación en Junio.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Todos los alumnos deben ser iguales ante la evaluación continua. Evitar agravios comparativos.

2.Indicador de seguimiento:

Información previa a los alumnos (antes de la matriculación).

3.Seguimiento /cumplimiento:

Ha aumentado los niveles de información al respecto

4.Observaciones:

PLAN DE MEJORA 5: Los alumnos Erasmus no contabilizan en el listado de alumnos, pero ocupan espacio en el aula (cada vez hay más). Problemas de grupos muy numerosos.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Mejorar y garantizar la calidad de enseñanza y sistema de evaluación continua.

2.Indicador de seguimiento:

Que se tengan en cuenta en los listados de alumnos. No se añadan después.

3.Seguimiento /cumplimiento:

De difícil solución. Habría que incorporar más grupos (y no hay presupuesto)

4.Observaciones:

PLAN DE MEJORA 6: Intentar conocer con bastante antelación (al menos un mes) el periodo de exámenes.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Mejorar la calidad de la enseñanza y facilitar el Sistema Bolonia.

2.Indicador de seguimiento:

Revisando las Guías docentes para que aparezcan las fechas ya publicadas y estando pendientes de las quejas de alumnos (si las hubiera).

3.Seguimiento /cumplimiento:

Si ha habido un esfuerzo importante desde Decanato para tener la información con antelación. Ha mejorado bastante este aspecto.

4.Observaciones:

PLAN DE MEJORA 7: Cumplimiento por parte del profesorado del sistema de evaluación establecido en la Guía Docente.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Evitar número de quejas en este sentido

2.Indicador de seguimiento:

Preguntando a los delegados de grupo si ha habido algún problema durante el curso en ese sentido.

3.Seguimiento /cumplimiento:

Si se ha notado el esfuerzo de las revisiones de las Guías Docentes previas a la publicación. Las quejas en este sentido han desaparecido.

4.Observaciones: