

GRADO EN MARKETING

ACCIONES DE MEJORA

CURSO 2019-2020

PROPUESTAS:

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:

Vicedecanato de Relaciones Internacionales

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:

Vicerrectorado de Ordenación Académica

Vicedecanato de Seguimiento y Calidad

Coordinación del Grado

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:

Vicerrectorado de Ordenación Académica

Vicedecanato de Calidad

Coordinación del Grado

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:

Vicerrectorado de Ordenación Académica

Vicedecanato de Calidad

Coordinación del Grado

4.Observaciones:

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

SEGUIMIENTO Y CONTROL:

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:

En proceso

4.Observaciones:

Apoyo y aprobación institucional para su desarrollo e implantación

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:

En proceso

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:

Cumplido

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:

Cumplido

4.Observaciones:

Reuniones de coordinación entre Coordinadores de las asignaturas implicadas.