

PLAN DE MEJORA

Grado en Marketing



Una vez revisado el informe provisional de evaluación para la Renovación de la Acreditación del Grado en Marketing, se propone el siguiente plan de mejora que incluye acciones que resuelven los aspectos que necesariamente deben modificarse y otras relativas a recomendaciones de mejora citadas en el informe.

El plan de mejora se estructura por los diferentes criterios, divididos en acciones de mejora según los aspectos indicados en el informe provisional, comenzando por las modificaciones necesarias.

CRITERIO 4: PERSONAL ACADÉMICO

Se debe aumentar el número de profesores doctores acreditados en los campus de Aranjuez, Móstoles y CEDEU.

Se recomienda incrementar el número de profesores permanentes que imparten docencia en el título en aquellos campus o centros cuyo porcentaje sea inferior al 50%.

ACCIÓN DE MEJORA 4.1: Implementar actuaciones que incrementen el número de profesores doctores acreditados en los diferentes centros en los que se imparte el título

Acción de mejora 4.1	
1.Objetivo de la mejora:	
	Aumentar el número de profesores permanentes y profesores doctores acreditados en los diferentes centros en los que se imparte el título
2.Indicador de seguimiento:	
	Número total de profesores permanentes Número de profesores permanentes por centro Número total de profesores doctores acreditados Número de profesores doctores acreditados por centro
3.Responsable:	
	Vicerrectorado de Profesorado de la URJC Vicerrectorado de Investigación, Innovación y Transferencia de la URJC Vicedecanato de Ordenación Académica, Profesorado y Planes de Estudio de la FCEE Vicedecanato de Investigación, Relaciones Internacionales y Relaciones con Empresas Coordinadores del Grado de la FCEE
4. Fechas:	
	A partir del curso 2024/2025
5. Observaciones:	

Procedimiento del plan de mejora:

Como se desprende de las siguientes tablas, en el Grado en Marketing, desde el curso 21/22 (año revisado en la reacreditación del título) al 23/24, tanto en el campus de Aranjuez como en

Móstoles se cumple de forma estable el 50% de doctores requerido, con una tendencia al alza del porcentaje de profesorado acreditado, que se incrementará en el curso 2024-25 tras la supresión de la figura de profesor visitante y la convocatoria de numerosas plazas de ayudante doctor con motivo de la entrada en vigor de la LOSU. El elevado y creciente número total de doctores y profesores acreditados es un buen indicador que refleja la estabilidad del profesorado de este grado, apoyada en un núcleo consolidado de profesores con vinculación permanente con la URJC.

GRADO MARKETING (ARANJUEZ) (2021-22)	Nº PROFESORES		ECTS IMPARTIDOS	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Catedrático universidad		0,00%		0,00%
Titular universidad		0,00%		0,00%
Titular escuela universidad		0,00%		0,00%
Titular universidad interino		0,00%		0,00%
Profesor contratado doctor	3	9,38%	18	8,45%
Profesor permanente laboral		0,00%		0,00%
Profesor colaborador		0,00%		0,00%
Profesor ayudante doctor	2	6,25%	12	5,63%
Profesor visitante	17	53,13%	138	64,79%
Profesor asociado	10	31,25%	45	21,13%
Investigador		0,00%		0,00%
TOTAL PERSONAL ACADÉMICO	32	100,00%	213	100,00%
Nº PROFESORES DOCTORES	16	50,00%		
Nº PROFESORES ACREDITADOS	5	15,63%		
Nº PROFESORES PERMANENTES	3	9,38%		
Nº PROFESORES NO PERMANENTES	29	90,63%		
TOTAL PERSONAL ACADÉMICO	32	100,00%		

GRADO MARKETING (ARANJUEZ) (2023-24)	Nº PROFESORES		ECTS IMPARTIDOS	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Catedrático universidad	1	3,13%	0,6	0,28%
Titular universidad	1	3,13%	6	2,82%
Titular escuela universidad		0,00%		0,00%
Titular universidad interino		0,00%		0,00%
Profesor contratado doctor	4	12,50%	21,9	10,28%
Profesor permanente laboral	1	3,13%	4,5	2,11%
Profesor colaborador		0,00%		0,00%
Profesor ayudante doctor		0,00%		0,00%
Profesor visitante	9	28,13%	75	35,21%
Profesor asociado	15	46,88%	99	46,48%
Investigador	1	3,13%	6	2,82%
TOTAL PERSONAL ACADÉMICO	32	100,00%	213	100,00%
Nº PROFESORES DOCTORES	17	53,13%		
Nº PROFESORES ACREDITADOS	7	21,88%		
Nº PROFESORES PERMANENTES	7	21,88%		
Nº PROFESORES NO PERMANENTES	25	78,13%		
TOTAL PERSONAL ACADÉMICO	32	100,00%		

GRADO MARKETING (MÓSTOLES) (2021-22)	Nº PROFESORES		ECTS IMPARTIDOS	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Catedrático universidad		0,00%		0,00%
Titular universidad	1	2,70%	4,5	2,13%
Titular escuela universidad		0,00%		0,00%
Titular universidad interino	1	2,70%	6	2,84%
Profesor contratado doctor	1	2,70%	6	2,84%
Profesor permanente laboral		0,00%		0,00%
Profesor colaborador		0,00%		0,00%
Profesor ayudante doctor	1	2,70%	2,5	1,18%
Profesor visitante	17	45,95%	108	51,18%
Profesor asociado	16	43,24%	84	39,81%
Investigador		0,00%		0,00%
TOTAL PERSONAL ACADÉMICO	37	100,00%	211	100,00%
Nº PROFESORES DOCTORES	22	59,46%		
Nº PROFESORES ACREDITADOS	4	10,81%		
Nº PROFESORES PERMANENTES	2	5,41%		
Nº PROFESORES NO PERMANENTES	35	94,59%		
TOTAL PERSONAL ACADÉMICO	37	100,00%		

GRADO MARKETING (MÓSTOLES) (2023-24)	Nº PROFESORES		ECTS IMPARTIDOS	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Catedrático universidad	1	2,33%	0,6	0,28%
Titular universidad	2	4,65%	10,5	4,93%
Titular escuela universidad		0,00%		0,00%
Titular universidad interino		0,00%		0,00%
Profesor contratado doctor	5	11,63%	22,7	10,66%
Profesor permanente laboral	1	2,33%	4,5	2,11%
Profesor colaborador		0,00%		0,00%
Profesor ayudante doctor	1	2,33%	18	8,45%
Profesor visitante	13	30,23%	77,3	36,29%
Profesor asociado	20	46,51%	79,4	37,28%
Investigador		0,00%		0,00%
TOTAL PERSONAL ACADÉMICO	43	100,00%	213	100,00%
Nº PROFESORES DOCTORES	22	51,16%		
Nº PROFESORES ACREDITADOS	10	23,26%		
Nº PROFESORES PERMANENTES	9	20,93%		
Nº PROFESORES NO PERMANENTES	34	79,07%		
TOTAL PERSONAL ACADÉMICO	43	100,00%		

La siguiente tabla recoge las previsiones para ambos campus en el curso 2024/2025 que muestra como nuevamente se cumplen las ratios requeridas tanto de profesores doctores como permanentes, con una evolución favorable en el número de profesores acreditados. En el cálculo del porcentaje de profesores permanentes, se ha tenido en cuenta que la LOSU prevé que los profesores asociados tengan vinculación permanente con la Universidad. Tanto en las nuevas contrataciones como en algunas antiguas, la URJC está aplicando este principio antes de finalizar la prórroga de cuatro años para el cumplimiento de la LOSU en este aspecto.

GRADO MARKETING (ARANJUEZ) PREVISIÓN (2024-2025)	Nº PROFESORES		ECTS IMPARTIDOS	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Catedrático universidad	1	2,33%	2,25	1,06%
Titular universidad	1	2,33%	4,50	2,11%
Titular universidad interino		0,00%		0,00%
Profesor contratado doctor	7	16,28%	39,00	18,31%
Profesor permanente laboral	1	2,33%	4,50	2,11%
Profesor ayudante doctor	14	32,56%	72,75	34,15%
Profesor asociado	18	41,86%	87,75	41,20%
Investigador	1	2,33%	2,25	1,06%
TOTAL PERSONAL ACADÉMICO	43	100,00%	213,00	100,00%
Nº PROFESORES DOCTORES	24	55,81%	123,00	57,75%
Nº PROFESORES ACREDITADOS	15	34,88%	123,00	57,75%
Nº PROFESORES PERMANENTES	28	65,12%	138,00	64,79%
Nº PROFESORES NO PERMANENTES	15	34,88%	75,00	35,21%

GRADO MARKETING (MÓSTOLES) PREVISIÓN (2024-2025)	Nº PROFESORES		ECTS IMPARTIDOS	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Catedrático universidad	2	4,35%	6,75	3,17%
Titular universidad	4	8,70%	19,50	9,15%
Titular universidad interino		0,00%		0,00%
Profesor contratado doctor	5	10,87%	23,25	10,92%
Profesor permanente laboral	1	2,17%	4,50	2,11%
Profesor ayudante doctor	12	26,09%	62,25	29,23%
Profesor asociado	20	43,48%	90,00	42,25%
Investigador	2	4,35%	6,75	3,17%
TOTAL PERSONAL ACADÉMICO	46	100,00%	213,00	100,00%
Nº PROFESORES DOCTORES	24	52,17%	116,25	54,58%
Nº PROFESORES ACREDITADOS	16	34,78%	54,00	25,35%
Nº PROFESORES PERMANENTES	32	69,57%	144,00	67,61%
Nº PROFESORES NO PERMANENTES	14	30,43%	69,00	32,39%

En los dos últimos cursos académicos se ha convocado un importante número de plazas de profesorado con vinculación permanente a la universidad en las áreas implicadas en la docencia del Grado en Marketing, lo que impactará positivamente en la estabilidad del profesorado de todos los campus.

CATEGORÍA	2022/2023	2023/2024
Catedrático/a de Universidad	11	7
Titular de Universidad	2	8
Ayudante Doctor	12	35
Contratado/a Doctor	15	3

Asimismo, el número de sexenios de investigación también se ha incrementado, en parte como consecuencia de las acciones puestas en marcha en 2022-24 a través del Programa Propio de Fomento y Desarrollo de la Innovación de la URJC y el Plan de Apoyo a la Investigación, Relaciones Internacionales y Relaciones con Empresas de la FCEE, que fomentan la producción científica del profesorado y contribuyen a mejorar la estabilidad y calidad de las figuras contractuales en todos los campus (ver acción de mejora 4.3).

Otras medidas para equilibrar la proporción de profesores doctores y acreditados en los diferentes campus de la FCEE en los que se imparte el grado es la asignación de ayudas económicas compensatorias por desplazamiento para aquellos que impartan docencia en los campus en los que hay unidades docentes delegadas, como Móstoles y Aranjuez (gracias a la Convocatoria de Ayudas por desplazamiento a favor del Personal Docente e Investigador y a favor del Personal Investigador con dedicación docente de la URJC).

Por otro lado, la apertura de nuevas titulaciones adscritas a la FCEE en el campus de Aranjuez, como el Grado en Gastronomía, ayudará a los profesores más especializados de este ámbito a compaginar su carga docente en dicho campus con la correspondiente al grado en Marketing.

Finalmente, a partir del curso académico 2024-2025, se pedirá a los Departamentos con asignaturas que se imparten en el Grado, con el apoyo del Vicerrectorado/Vicerrectorados correspondientes, de la Facultad y de la Coordinación del Grado, que impulsen la elección de docencia en los campus de Móstoles y Aranjuez entre profesores/as doctores/as que preferentemente sean permanentes, con el fin de garantizar, de forma estable y continuada en el tiempo, el número mínimo exigido de profesores/as con vinculación permanente.

Con estas medidas y las que se plantean más adelante para aumentar la producción científica del profesorado (véase acción de mejora 4.3.), la universidad se compromete firmemente a cumplir con la normativa vigente y con los criterios establecidos en la memoria verificada del grado, garantizando el incremento del número de profesores doctores acreditados en los centros señalados, a fin de asegurar la excelencia académica y el adecuado desarrollo del programa formativo.

ACCIÓN DE MEJORA 4.2. (CEDEU): Seguimiento y actualización, si es necesaria, del procedimiento para la contratación de nuevo profesorado, para garantizar la adecuación del profesorado, cumpliendo los porcentajes establecidos en la legislación y en la memoria verificada.

Acción de mejora 4.2 (CEDEU)
1.Objetivo de la mejora:
Adecuación del profesorado para disponer del plantel adecuado según la normativa establecida y los datos comprometidos en la memoria verificada.
2.Indicador de seguimiento:
Contrataciones de profesorado. Tablas de información del profesorado. Acta de reunión del SIGCT.
3.Responsable:
Dirección general y dirección académica.
4. Fechas:
Curso 2022-2023. Cumplimiento del ratio en contratación. Curso 2023-2024. Cumplimiento de los porcentajes establecidos. Curso 2024-2025. Aplicación del Procedimiento del plan de mejora.
5. Observaciones:
En la actualidad ya se cumple con los porcentajes establecidos de docentes en las categorías de Doctor Acreditado, Doctor y Licenciado. En los datos facilitados para la renovación de la acreditación (curso 2021-22), los porcentajes establecidos no se cumplían debido a que el grado estaba en proceso de implantación y faltaba por incorporarse profesorado con perfiles de nivel superior para algunas asignaturas que no se impartían todavía. Adjunto a este plan de mejora se facilita el plantel docente que ha impartido docencia en el curso 2022-2023 y en el curso 2023-2024 (denominadas como EV16. <i>Profesorado del título 2022-23</i> y EV.16 <i>Profesorado del título 2023-24</i> y Tabla 1.B. <i>Profesorado_Privadas_22-23</i> y Tabla 1.B. <i>Profesorado_Privadas_23-24</i>), con todo el plan de estudios implantado. Tanto el curso 2022-2023 como en el curso 2023-2024 se cumplen los porcentajes establecidos por la legislación en cuanto a las categorías del profesorado, teniendo para el curso 2022-2023 el 61,1% de los profesores con la categoría de Doctor y el 30,5 % de los profesores del total de docentes que imparten formación en el grado con la categoría de Doctor Acreditado.

GRADO EN MARKETING Curso 2022-23

Categoría		Datos del centro			Datos del título				Años totales de experiencia docente	Sexenios
		Número de profesores	ECTS impartidos	Años totales de experiencia docente	Número de profesores		ECTS impartidos			
					Cantidad	% sobre el total	Cantidad	% sobre el total		
Profesores con dedicación exclusiva	TOTAL	19	235	156	5	13,9	28,5	11,9	31	
	Doctores	11	141	119	2	5,6	10,5	4,4	22	
	Acreditados	4	51	47	1	2,8	4,5	1,9	9	
Profesores con dedicación a tiempo completo	TOTAL	26	1124	254	24	66,7	175,5	73,1	197	
	Doctores	15	795,5	185	13	36	94,5	39,4	148	
	Acreditados	7	369,5	69	6	16,7	58,5	24,38	92	2
Profesores con dedicación a tiempo parcial	TOTAL	22	333	298	7	19,4	36	15	64	
	Doctores	16	290	174	7	19,4	36	15	64	
	Acreditados	10	118	124	4	11,1	19,5	8,1	51	
TOTAL PROFESORES	TOTAL	69	1722	575	36	100	240	100	292	
	Doctores	44	1214,5	449	22	61,1	141,5	59	234	
	Acreditados	21	538,5	253	11	30,5	82,5	39,8	109	

Además, como se puede observar en la documentación adjunta y en la siguiente tabla, el porcentaje de docentes con categoría de Doctor y Doctor Acreditado ha ido en aumento en los dos últimos años, confirmando la correcta aplicación del procedimiento indicado.

Año	Curso 2022-2023		Curso 2023-2024	
Categoría	Nº docentes	ECTS impartidos	Nº docentes	ECTS impartidos
Doctor	22 (61%)	141 (59%)	23 (63,9%)	147 (61,3%)
Doctor Acreditado	11 (30,5%)	82,5 (39,8%)	13 (36,1%)	94,5 (39,%)
Total	36 (100%)	240 (100%)	36 (100%)	240 (100%)

Cada año se han mejorado estos datos, siendo el tanto por ciento de doctores en el curso 2023-2024 de 63,9% del total de docentes en la titulación, con un 36,1 % de Doctores Acreditados (datos que aumentan respecto del curso anterior). En cuanto al número de horas impartidas por los docentes con la categoría de Doctor y Doctor Acreditado, se ha pasado de un 59% de las horas (en el curso 2022-2023) de la titulación impartidas por docentes con esta categoría a un 61,3% en el curso 2023-2024, demostrando así el compromiso del centro en el incremento de los perfiles con categorías académicas superiores.

GRADO EN MARKETING Curso 2023-24

Categoría		Datos del centro			Datos del título				Años totales de experiencia docente	Sexenios
		Número de profesores	ECTS impartidos	Años totales de experiencia docente	Número de profesores		ECTS impartidos			
					Cantidad	% sobre el total	Cantidad	% sobre el total		
Profesores con dedicación exclusiva	TOTAL	19	235	156	5	13,9	28,5	11,9	41	
	Doctores	11	141	119	3	8,3	16,5	6,9	35	
	Acreditados	4	51	47	2	5,7	10,5	4,4	22	
Profesores con dedicación a tiempo completo	TOTAL	26	1124	254	23	66,9	169,5	70,6	190	
	Doctores	15	795,5	185	12	33,3	88,5	36,9	141	
	Acreditados	7	369,5	69	6	16,7	58,5	24,4	92	2
Profesores con dedicación a tiempo parcial	TOTAL	22	333	298	8	22,2	42	17,5	75	
	Doctores	16	290	174	8	22,2	42	17,5	75	
	Acreditados	10	118	124	5	13,9	25,5	10,6	62	
TOTAL PROFESORES	TOTAL	69	1722	575	36	100	240	100	292	
	Doctores	44	1214,5	449	23	63,9	147	61,3	234	
	Acreditados	21	538,5	253	13	36,1	94,5	39,4	109	

Según lo establecido en el procedimiento de contratación docente, el PA01A *Procedimiento de captación y selección de PDI CEDEU*, el centro contrata de forma continua docentes y formadores con perfiles académicos acordes con lo requerido en las memorias y en los requisitos legales establecidos, como queda demostrado en los cursos 2022-2023 y 2023-2024 con los datos señalados en el párrafo anterior y evidenciados en la documentación adjunta (denominadas como EV16. *Profesorado del título 2022-23* y EV.16 *Profesorado del título 2023-24* y Tabla 1.B. *Profesorado_Privadas_22-23* y Tabla 1.B. *Profesorado_Privadas_23-24*).

Procedimiento del plan de mejora:

El Coordinador de calidad de CEDEU revisará semestralmente el proceso de contratación llevado a cabo a proposición del Coordinador del título, aplicando así el procedimiento para la contratación de nuevo profesorado a lo establecido en el procedimiento PA01A Procedimiento de captación y selección de PDI CEDEU.

De esta forma, el departamento de calidad revisará la correcta aplicación del procedimiento establecido y reflejará el resultado de esta verificación en el acta de la Reunión del Comité de Garantía de Calidad de la Titulación al comienzo de cada uno de los semestres del curso.

CEDEU se compromete a asegurar la vigilancia continua y rigurosa de este plan de mejora, garantizando que el Coordinador de calidad revisará semestralmente el proceso de contratación conforme al procedimiento PA01A, y que el departamento de calidad reflejará los resultados de estas verificaciones en el acta de la Reunión del Comité de Garantía de Calidad de la Titulación

al inicio de cada semestre del curso, así como también quedará registrado en la Memoria Anual del Centro que se remite a la Universidad.

Se recomienda incentivar la producción investigadora del personal académico implicado en el título en los centros adscritos y en los campus de Aranjuez y Móstoles.

ACCIÓN DE MEJORA 4.3: Implementar y potenciar líneas de actuación estratégicas que fomenten la producción científica del profesorado

Acción de mejora 4.3	
1.Objetivo de la mejora:	Aumentar la producción científica del profesorado
2.Indicador de seguimiento:	Trienios y sexenios de investigación de los profesores que imparten docencia en el Grado
3.Responsable:	Vicerrectorado de Investigación, Innovación y Transferencia Vicedecanato de Investigación, Relaciones Internacionales y Relaciones con Empresas de la FCEE
4. Fechas:	A partir del curso 2024-2025
5. Observaciones:	

Procedimiento del plan de mejora:

La Universidad Rey Juan Carlos cuenta con un Programa Propio de Fomento y Desarrollo de la Investigación y la Innovación que pretende impulsar la investigación científica y técnica en todos los ámbitos del conocimiento, para desarrollar la cualificación y potenciar las capacidades de los investigadores de la URJC a través de cinco líneas estratégicas:

- Proyectos de Investigación;
- Fomento de la movilidad y la internacionalización;
- Acciones de transferencia;
- Reconocimiento de la actividad investigadora y de transferencia y
- Acciones complementarias de investigación e innovación centradas en la formación en Investigación, Innovación y Transferencia de Conocimiento a través del Plan de Formación Permanente del PDI, con una oferta de 26 talleres ya realizados en el 2022-24 y 27 talleres ofertados para 2024-26.

En el año 2024, ha aumentado un 23,4 % el presupuesto total destinado a este programa respecto al año anterior, con novedosas acciones tales como los “Proyectos para Doctores Emergentes” y el apoyo para “Gestores de Proyectos”, como muestra el siguiente gráfico resumen, lo que ha dado lugar a un incremento del 25% en el número total de publicaciones de

la URJC (4.159 en total) y un incremento del 17% de aquellas en colaboración con investigadores de fuera de nuestro país (949 en total) en el último año:



Desde la Facultad de Ciencia de la Economía y de la Empresa (FCEE), con el fin de impulsar el desarrollo de la investigación, su internacionalización y la obtención de resultados de impacto, el 10 de mayo de 2023 y el 1 de marzo de 2024 se publicaron respectivamente la primera y segunda convocatorias del Plan de Apoyo a la Investigación, Relaciones Internacionales y Relaciones con Empresas de la FCEE, incluyendo seis programas específicos:

- Programa Research Academy
- Programa Meet the Editor
- Programa Workshops de Investigación
- Programa Suscripción y Reconocimiento al Impacto en la Investigación
- Desarrollo de la Internacionalización
- Impulso a la Transferencia al Sector Productivo.

En el siguiente cuadro, se muestran algunos resultados de las principales acciones vinculadas al área de investigación que se han puesto en marcha para el curso 23-24 con motivo del citado Plan:

Objetivo Específico	Acciones	Responsable	Plazos	Indicador	Seguimiento/Cumplimiento
Impulsar la publicación científica por parte del PDI de la facultad	Meet the editor: visitas de editores de revistas indexadas en WoS y Scopus	Vicedecanato de Investigación, Relaciones Internacionales y Relaciones con Empresas	Curso académico 2023-2024	- Número de visitas de editores - Número de asistentes a las jornadas "Meet the editor"	- N.º visitas: 3 - N.º asistentes: 78 23/10/2023: 32 14/02/2024: 27 13/03/2024: 19
	Programa Research Academy: formación en investigación para el PDI	Vicedecanato de Investigación, Relaciones Internacionales y Relaciones con Empresas	Curso académico 2023-2024	- Número de seminarios ofertados - Número de asistentes a los seminarios	- Número de seminarios ofertados: 19 eventos (hasta 8 de abril de 2024) - Número de asistentes a los seminarios: - Sept-dic 2023: 452 - Ene-abr 2024: 161

Objetivo Específico	Acciones	Responsable	Plazos	Indicador	Seguimiento/Cumplimiento
Incentivar e impulsar las tareas de investigación del PDI	Workshops de investigación	Vicedecanato de Investigación, Relaciones Internacionales y Relaciones con Empresas	Curso académico 2023-2024	Número de talleres presentados a la convocatoria de Workshops	Número de talleres ofertados: 8
	Premios FCEE a la investigación en Economía y Empresa	Vicedecanato de Investigación, Relaciones Internacionales y Relaciones con Empresas	Curso académico 2023-2024	Número de trabajos que cumplen con las bases para la obtención del premio	Número de trabajos que cumplen con las bases para la obtención del premio: - Sept-dic 2023: 35 - Ener-marzo 2024: 25

Además, entre otras acciones ya realizadas en 2023-24, cabe mencionar el acuerdo firmado por la Universidad Rey Juan Carlos, de especial impacto en la FCEE, con Harvard Business Publishing (HBP) orientado a la mejora de los servicios bibliográficos y el apoyo a la docencia e investigación.

Como se desprende de la siguiente tabla, en el Grado en Marketing, desde curso 21/22 (año revisado en la reacreditación del título) al 23/24 han mejorado los datos de sexenios en los campus de Aranjuez y Móstoles, con una tendencia favorable que anticipa resultados positivos para el próximo curso 2024-25.

Grado Marketing	Aranjuez (2021-22)	Aranjuez (2023-24)	Móstoles (2021-22)	Móstoles (2023-24)
Sexenios investigación	1	3	2	6

Otra de las iniciativas implementadas en la URJC para favorecer e impulsar la actividad investigadora se vincula a la reducción de la carga docente asociada a la obtención de trienios y sexenios de investigación. La consecución de un trienio o sexenio por parte del profesorado

implica una reducción en su asignación docente. Esta medida tiene como objetivo reconocer y recompensar el esfuerzo investigador del profesorado, permitiéndole disponer de mayor tiempo para dedicar a la investigación mediante una optimización de sus responsabilidades docente.

Por otro lado, el Plan de Formación Permanente del Personal Docente e Investigador (PDI) de la URJC (<https://www.urjc.es/programa-de-formacion>) incluye un área competencial específica enfocada en la Investigación, Innovación y Transferencia del Conocimiento. Esta área ofrece formación en temas clave como la gestión de la investigación, la innovación en los procesos de transferencia de resultados, la metodología científica y la difusión de los avances investigativos. El objetivo es fortalecer la producción científica, fomentar el incremento en la solicitud de sexenios y proyectos de investigación, y mejorar el impacto y la visibilidad de los resultados obtenidos.

El Plan de Formación incluye también un área competencial dedicada a la gestión académica, que ofrece formación en aspectos como el diseño curricular, la gestión de la calidad, la coordinación docente, la acreditación del profesorado y la normativa universitaria. Estos cursos están orientados a proporcionar al personal docente las herramientas necesarias para gestionar y afrontar con éxito los procesos de acreditación, favoreciendo su desarrollo profesional y el cumplimiento de los estándares institucionales.

Por todo ello, se demuestra que hay un compromiso firme por parte de la Universidad y la Facultad para incrementar la actividad investigadora del personal docente e investigador y, en concreto, ya se constata que han mejorado los datos correspondientes al personal académico implicado en la docencia del Grado en los campus de Aranjuez y Móstoles.

CRITERIO 6: RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Se recomienda implementar medidas que contribuyan a reducir el número de alumnos no presentados en las asignaturas con menor porcentaje.

Esta recomendación se sustenta en que, aunque las tasas de rendimiento y presentación son, en general, elevadas, tal y como se indica en el informe provisional, hay excepciones que afectan a las asignaturas de Idioma Moderno y Trabajo Fin de Grado.

Por ello, las acciones que se proponen en el Plan de Mejora van encaminadas a mejorar el rendimiento de estas asignaturas.

ACCIÓN DE MEJORA 6.1: Modificación del Reglamento de Trabajos de Fin de Grado en la FCEE

Acción de mejora 6.1

1.Objetivo de la mejora:

Incrementar el número de trabajos de fin de grado defendidos cada curso académico y, consecuentemente, la tasa de graduación.

2.Indicador de seguimiento:

Número de TFG defendidos en cada curso académico
3.Responsable:
Coordinador de Prácticas Externas, TFG y Unidades Docentes Delegadas de la FCEE Coordinadores del Grado en Marketing
4. Fechas:
Curso Académico 2024-2025
5. Observaciones:

Procedimiento del plan de mejora:

Con la finalidad de mejorar, tanto el proceso de evaluación de TFG, como el número de TFG defendidos en cada curso académico, y, por tanto, la tasa de graduación en los diferentes grados se ha llevado a cabo una modificación de la normativa de TFG. El nuevo Reglamento Marco del Trabajo de Fin de Grado de la URJC fue aprobado el 26 de mayo de 2023 (<https://www.urjc.es/images/Intranet/TFG/reglamento.pdf>), y el 12 de julio de 2023 se aprobó el Reglamento de TFG de la Facultad de Ciencias de la Economía y de la Empresa (https://www.urjc.es/images/facultades/fcee/documentos/Fecha_Defensas_TFG/0.-Reglamento_TFG_FCEE_rev_VICE_ORD_DOCENTE_DEF.pdf), que adapta y desarrolla el contenido del Reglamento Marco de la URJC a las características específicas de las titulaciones de la FCEE. Entre las novedades que introducen ambas normativas, destacan dos que tienen un impacto notable en el número de TFG que se defienden cada curso académico, mejorando, de este modo, la tasa de graduación en las diferentes titulaciones.

- El artículo 7.4 del Reglamento Marco de TFG de la URJC establece un límite de dos cursos consecutivos para la validez de la matrícula del TFG. Si en esos dos cursos consecutivos el estudiante no hubiese defendido el TFG, o lo hubiese defendido y no superado, deberá matricularse nuevamente de la asignatura y abonar las tasas aplicables a la matrícula que corresponda, de acuerdo con el decreto de precios públicos vigente en cada momento. La antigua normativa no establecía un límite para la validez de la matrícula del TFG, al considerarse una asignatura de matrícula indefinida.
- El artículo 6, apartado a) del Reglamento de TFG de la FCEE establece que el estudiante podrá presentar y defender el TFG cuando en su documento de Progreso Académico consten como pendientes de superar los créditos correspondientes a un máximo de dos asignaturas adicionales a la de TFG, pudiendo incluirse entre ellas las de Prácticas Externas y Reconocimiento Académico de Créditos. El antiguo reglamento exigía la superación de todos los créditos de la titulación para que el estudiante pudiera defender su TFG.

Desde la FCEE y el equipo de coordinación del grado se hará un seguimiento de la evolución en el número de TFG defendidos y de la tasa de graduación.

Además, se analizarán las causas por las cuales se retrasa la defensa del TFG gracias a las cuestiones que se plantean al respecto en la encuesta de satisfacción del estudiante con la asignatura del TFG (que se enmarca en el Plan de Recogida de la Información del Sistema Interno de Garantía de Calidad de la URJC

<https://www.urjc.es/images/Universidad/calidad/PGRI/CuestionariosGrado.pdf>).

Una vez analizadas tanto las encuestas como los resultados de los cambios en las normativas de TFG, se estudiará si es necesario proponer nuevas acciones de mejora al respecto.

ACCIÓN DE MEJORA 6.2: Desarrollo y puesta en marcha de mecanismos de apoyo a la elaboración de Trabajos de Fin de Grado en la FCEE

Acción de mejora 6.2
1.Objetivo de la mejora:
Incrementar el número de trabajos de fin de grado defendidos cada curso académico y, consecuentemente, la tasa de graduación.
2.Indicador de seguimiento:
Número de TFGs defendidos en cada curso académico
3.Responsable:
Coordinador de Prácticas Externas, TFG y Unidades Docentes Delegadas de la FCEE Coordinadores del Grado en Marketing
4. Fechas:
Curso Académico 2024-2025
5. Observaciones:

Procedimiento del plan de mejora:

Para mejorar la calidad de los TFG e impulsar su defensa, desde el curso académico 2023/2024 se celebra una Jornada Informativa llevada a cabo de manera simultánea en todos los grupos y titulaciones al inicio del curso. Esta sesión tiene como propósito principal recordar a los estudiantes la importancia de iniciar tempranamente el proceso de selección del tema y tutor de su TFG, facilitando así una planificación y un desarrollo adecuado del trabajo. En el curso 2023/2024, esta sesión informativa se celebró el 26 de septiembre de 2023. <https://www.urjc.es/fcee/estudiantes-fcee>

Asimismo, en este mismo curso 2023/2024 se han puesto en marcha seminarios de formación dirigidos a los estudiantes de 3º y 4º sobre la realización de su TFG. Se pretende que el alumno comience su TFG con una preparación previa en torno a la concepción de un trabajo de fin de grado, la importancia de la elección del tema, la planificación y organización del tiempo y las tareas para realizar el TFG en el plazo establecido, la revisión de la literatura, la redacción, las referencias bibliográficas y la defensa oral. En el curso 2023/2024 este seminario se celebró el 20 de febrero de 2024. <https://www.urjc.es/fcee/estudiantes-fcee>

Adicionalmente, con el fin de facilitar la defensa de los trabajos a los estudiantes, se han elaborado calendarios que permiten, en las diferentes convocatorias, defender el trabajo durante la práctica totalidad del curso académico. Estos calendarios están a disposición de los estudiantes en la WEB de la FCEE, facilitando la planificación de sus actividades de aprendizaje (<https://www.urjc.es/fcee/estudiantes-fcee>).

Por último, con la actualización en el curso 2022-2023 de la web de la Biblioteca Universitaria, se ha publicado una guía para elaborar TFG y TFM en la URJC (https://urjc.libguides.com/TFG_TFM). Asimismo, la web de la FCEE también ofrece información de utilidad (normas de estilo, plazos, normativa...) sobre la realización del TFG (<https://www.urjc.es/fcee/estudiantes-fcee>). En el desarrollo de todas estas acciones han intervenido el Vicerrectorado de Calidad, la Biblioteca Universitaria, el Vicedecanato de Calidad, la Unidad de TFG de la Facultad y los Coordinadores de la titulación.

El impacto de estas acciones en el incremento del número de trabajos defendidos durante el curso académico se puede anticipar atendiendo a los datos disponibles del último curso académico. El número de trabajos defendidos en el grado en Marketing en el curso 2022-23 fue de 354 y en el curso 2023-24 ese número ha crecido hasta un total de 435. El crecimiento ha sido superior a un 22% y, por tanto, podemos considerar que las medidas adoptadas están contribuyendo de forma muy positiva al objetivo buscado.

ACCIÓN DE MEJORA 6.3: Implementación de nuevas metodologías de aprendizaje y sistemas de evaluación en la asignatura de Idioma Moderno

Acción de mejora 6.3	
1.Objetivo de la mejora:	Mejorar el rendimiento académico de los estudiantes en la asignatura Idioma Moderno
2.Indicador de seguimiento:	Tasa de rendimiento de la asignatura Idioma Moderno
3.Responsable:	Vicerrectorado de Ordenación Académica Coordinadores del Grado en Marketing Profesorado responsable de la asignatura de Idioma Moderno
4. Fechas:	Desde el curso 2024-2025
5. Observaciones:	

Procedimiento del plan de mejora:

La asignatura de Idioma Moderno, transversal a todos los grados, tiene como objetivo la obtención de un título oficial en el idioma que elija el estudiante. Desde el curso 2022-23, la asignatura ha experimentado diferentes mejoras. Con el fin de fomentar la participación y el aprendizaje autónomo de los estudiantes, se incorporaron en algunos grupos metodologías activas de enseñanza, concretamente la gamificación. Se pretendía con ello promover un ambiente de aprendizaje más dinámico, donde los estudiantes se sientan más motivados y comprometidos con su propio proceso de aprendizaje, lo que a su vez pudiera mejorar su rendimiento académico.

La asignatura Idioma Moderno forma parte del Proyecto de Innovación Educativa de la URJC “Motivando y aprendiendo: estrategias de gamificación para la mejora de la comprensión lectora en el aula de idioma moderno”, dentro del Grupo de Innovación Docente para la Enseñanza y el Aprendizaje de Lenguas en la Enseñanza Superior de la Universidad Rey Juan Carlos. En dicho proyecto se han aplicado metodologías innovadoras en el aula de Idioma Moderno, específicamente en lo que se refiere a las destrezas de comprensión lectora, con el fin de motivar al alumnado. Dado el carácter transversal y obligatorio de la asignatura y el elevado número de cursos y estudiantes que implica, ha ofrecido el contexto y oportunidad idóneos para la aplicación e investigación del mencionado proceso de innovación docente.

Otra de las mejoras que se ha implementado es el ajuste del sistema de evaluación, siempre dentro de los márgenes establecidos en la última Memoria Verificada del Grado. Hasta el curso 2023-24, la evaluación de la asignatura consistía en dos ítems:

- Los exámenes parciales realizados en clase, que eran un simulacro del examen oficial al que luego se enfrentarían los estudiantes. Estos exámenes parciales eran eliminatorios y aquellos estudiantes que no los superaban no podían optar a examinarse del examen oficial.*
- Los estudiantes que superaban los exámenes parciales realizados en clase debían enfrentarse al examen oficial. Para ello contaban tan solo con una convocatoria de examen. La nota del acta de calificaciones de la asignatura era la misma nota que el estudiante obtuviera en dicho examen oficial. De este modo, el examen oficial suponía el 100% de la calificación de la asignatura.*

A partir del curso 2023-2024, la ponderación de los ítems de evaluación ha cambiado. Los exámenes parciales realizados en clase suponen un 40% de la nota global de la asignatura, teniendo, además, la posibilidad de una segunda convocatoria en mayo en caso de suspenderlos. Por otra parte, el examen oficial supone un 60% de la nota global del acta del estudiante. Desde el curso actual, 2024-2025, los estudiantes contarán, además, con una convocatoria extraordinaria del examen oficial que tendrá lugar en julio. Cabe esperar que esta última medida, mejore notablemente la tasa de rendimiento de esta asignatura.

Se recomienda adoptar medidas que incrementen la tasa de graduación en el centro adscrito ESERP.

ACCIÓN DE MEJORA 6.4 (ESERP): Seguimiento personalizado de la situación de los estudiantes e implementación de la normativa de TFG de la FCEE

Acción de mejora 6.4 (ESERP)	
1.Objetivo de la mejora:	
Incrementar la tasa de graduación	
2.Indicador de seguimiento:	
Tasa de graduación	

3.Responsable:
Coordinación académica del Grado Dirección de ESERP
4. Fechas:
A partir del curso 2024/2025
5. Observaciones:

Procedimiento del plan de mejora:

Desde la coordinación académica se realizará un seguimiento personalizado de los estudiantes de 3º y 4º para poder solventar eventualidades que puedan afectar a su graduación y se celebrarán reuniones trimestrales con la Dirección, que se coordinarán con los claustros de profesorado.

Además, durante el curso 2024-2025 se implementará la nueva normativa de TFG publicada durante el curso 2023-2024 por la Universidad Rey Juan Carlos, lo que aumentará la tasa de presentación en la asignatura Trabajo de Fin de Grado.

Se recomienda tomar las medidas adecuadas para mejorar los resultados más bajos obtenidos en las encuestas de satisfacción, especialmente en las realizadas a los estudiantes y egresados.

ACCIÓN DE MEJORA 6.5: Revisión y actualización del itinerario formativo del Grado

Acción de mejora 6.5
1.Objetivo de la mejora:
Incrementar la satisfacción de los alumnos respecto del plan de estudios del Grado.
2.Indicador de seguimiento:
Índice de Satisfacción de los alumnos en las asignaturas actualizadas.
3.Responsable:
Vicerrectorado de Profesorado Vicedecanato de Ordenación Académica, Profesorado y Planes de Estudio Vicedecanato de Investigación, Relaciones Internacionales y Relaciones con Empresas Coordinadores del Grado
4. Fechas:
Curso 2024/25
5. Observaciones:

Procedimiento del plan de mejora:

El Plan de estudios se ha implementado conforme a lo establecido en la memoria de verificación del título, lo que ha permitido que las actividades formativas, las metodologías docentes y los sistemas de evaluación utilizados en las asignaturas se ajusten adecuadamente a lo descrito en dicha memoria. Esto garantiza el logro de los resultados de aprendizaje previstos en el nivel del MECES. No obstante, las encuestas de satisfacción reflejan algunas áreas de mejora, especialmente en lo que respecta a la estructura del plan de estudios y el grado de satisfacción

de los estudiantes y egresados con los conocimientos y competencias adquiridos. En base a las sugerencias aportadas por los Delegados de Curso y Titulación durante las reuniones de la Comisión de Calidad del Grado en Marketing, se ha identificado la oportunidad de actualizar ciertos contenidos, en particular aquellos relacionados con el marketing digital. En respuesta a ello, las acciones de mejora estarán orientadas a revisar y enriquecer estos contenidos, garantizando así una formación más alineada con las demandas actuales del sector.

Actualmente, la FCEE está inmersa en el proceso de renovación de los planes de estudios de los diferentes títulos que oferta, en aplicación del RD 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad. En julio de 2023 se aprobó en Junta de Facultad la modificación del plan de estudios del Grado en Marketing para su adaptación a este RD. Este cambio normativo ha permitido actualizar y mejorar el itinerario formativo de la titulación, ajustando los contenidos específicos de cada asignatura y los resultados de aprendizaje esperados a partir de metodologías, actividades formativas y sistemas de evaluación acordes a la evolución de las demandas actuales de la sociedad y de las organizaciones en este campo de conocimiento. El nuevo plan de estudios, pendiente de aprobación por parte de la Fundación madri+d, contempla además la aparición de tres nuevas asignaturas enfocadas específicamente en el marketing digital.

Con el fin de garantizar la calidad de la enseñanza en este ámbito, se ofertará a los docentes cursos de formación especializados impartidos por profesorado experto que les permitan desarrollar sus competencias y destrezas vinculadas a las distintas técnicas y herramientas del marketing digital.

Con todas estas medidas, se espera atender las demandas de los estudiantes y egresados y mejorar así su satisfacción con el grado.

Evidencia EV16. LISTADO DEL PROFESORADO DEL TÍTULO ACTUALIZADO A CURSO 2022-2023.

PROFESOR	CATEGORÍA	CRÉDITOS IMPARTIDOS	TÍTULO	MODALIDAD	CURSO	DEDICACIÓN
ADOLFO SANCHEZ BURON	DOCTOR ACREDITADO	15	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
ALBERT CEBRIAN VILARASAU	LICENCIADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
CARLOS FUENTE LAFUENTE	DOCTOR ACREDITADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
CHANYU WANG	DOCTOR	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
DANIEL GARCIA FUENTE	DOCTOR	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
DANIELA GUTIERREZ PEREZ	LICENCIADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
GLORIA CAMPOS GARCIA QUEVEDO	DOCTOR ACREDITADO	12	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
JOAQUIN MARTINEZ SERRATS	LICENCIADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
JUAN ALFONSO CEBRIAN DIAZ	DOCTOR	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
JULIO PEREZ PALELLA	LICENCIADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
MACARENA SAGREDO JERONIMO	LICENCIADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	EXCLUSIVA
MARCOS MARTINEZ JURADO	LICENCIADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
MARIA CAMILA GUTIERREZ PEREZ	LICENCIADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
MARIA DAMIA MARQUES	LICENCIADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	EXCLUSIVA
MARIA EUGENIA JOSA MARTINEZ	DOCTOR	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	PARCIAL
MARIA ISABEL FERREIRO LAVEDAN	DOCTOR ACREDITADO	10,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
MARIA NIEVES ALARCON CASTELLANOS	DOCTOR	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
MARIA VICTORIA TORRE SUSTAETA	DOCTOR ACREDITADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	PARCIAL
RAFAEL LUIS HERRERO DE CASTRO	LICENCIADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
RODOLFO JAVIER CREMER ALARCON	DOCTOR	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
RUBEN FUENTE NUÑEZ	DOCTOR	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
SILVIA EGEA BAS	DOCTOR	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	PARCIAL
SOFIA TIRADO SARTI	LICENCIADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	EXCLUSIVA
SONIA VELAYOS GARCIA	LICENCIADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
TOMAS GUTIERREZ ROA	LICENCIADO	30	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
VICTOR TALAVERO CABRERA	DOCTOR ACREDITADO	10,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
VICTORIA EUGENIA SANCHEZ GARCIA	DOCTOR ACREDITADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	EXCLUSIVA
WENDAN LONG	DOCTOR	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
WENJING ZHANG	LICENCIADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
CRISTINA GALLEGO GOMEZ	DOCTOR ACREDITADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	PARCIAL
ANTONIO SANCHEZ MARIN	LICENCIADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
MANUEL LAZARO PULIDO	DOCTOR ACREDITADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	PARCIAL
TYFFANI MILAGROS SANCHEZ CABEZUDO RINA	DOCTOR ACREDITADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	COMPLETO
ESTHER ALBA FERRE	DOCTOR ACREDITADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	PARCIAL
ISABEL AGNES GARCIA HILJING	DOCTOR	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	PARCIAL
EVA MARIA SANCHEZ RODRIGUEZ	DOCTOR	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2022-2023	EXCLUSIVA

Evidencia EV16. LISTADO DEL PROFESORADO DEL TÍTULO ACTUALIZADO A CURSO 2023-2024.

PROFESOR	CATEGORÍA	CRÉDITOS	TÍTULO	MODALIDAD	CURSO	DEDICACIÓN
ADOLFO SANCHEZ BURON	DOCTOR ACREDITADO	15	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
ALBERT CEBRIAN VILARASAU	LICENCIADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
ANTONIO SANCHEZ MARIN	LICENCIADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
CARLOS FUENTE LAFUENTE	DOCTOR ACREDITADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
CHANYU WANG	DOCTOR	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
CRISTINA GALLEGO GOMEZ	DOCTOR ACREDITADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	PARCIAL
DANIEL GARCIA FUENTE	DOCTOR	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
DANIELA GUTIERREZ PEREZ	LICENCIADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
ESTHER ALBA FERRE	DOCTOR ACREDITADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	PARCIAL
EVA MARIA SANCHEZ RODRIGUEZ	DOCTOR	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	EXCLUSIVA
GLORIA CAMPOS GARCIA QUEVEDO	DOCTOR ACREDITADO	12	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
ISABEL AGNES GARCIA HILJDING	DOCTOR	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	PARCIAL
JOAQUIN MARTINEZ SERRATS	LICENCIADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
JOSE LOMINCHAR JIMENEZ	DOCTOR ACREDITADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	EXCLUSIVA
JUAN ALFONSO CEBRIAN DIAZ	DOCTOR	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
JULIO PEREZ PALELLA	LICENCIADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
MACARENA SAGREDO JERONIMO	LICENCIADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	EXCLUSIVA
MANUEL LAZARO PULIDO	DOCTOR ACREDITADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	PARCIAL
MARCOS MARTINEZ JURADO	LICENCIADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
MARIA CAMILA GUTIERREZ PEREZ	LICENCIADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
MARIA EUGENIA JOSA MARTINEZ	DOCTOR	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	PARCIAL
MARIA ISABEL FERREIRO LAVEDAN	DOCTOR ACREDITADO	10,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
MARIA NIEVES ALARCON CASTELLANOS	DOCTOR	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
MARIA VICTORIA TORRE SUSTAETA	DOCTOR ACREDITADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	PARCIAL
MIGUEL MARIA GARCIA CABA	DOCTOR ACREDITADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	PARCIAL
RAFAEL LUIS HERRERO DE CASTRO	LICENCIADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
RODOLFO JAVIER CREMER ALARCON	DOCTOR	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
SILVIA EGEA BAS	DOCTOR	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	PARCIAL
SOFIA TIRADO SARTI	LICENCIADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	EXCLUSIVA
SONIA VELAYOS GARCIA	LICENCIADO	6	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
TOMAS GUTIERREZ ROA	LICENCIADO	30	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
TYFFANI MILAGROS SANCHEZ CABEZUDO RINA	DOCTOR ACREDITADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
VICTOR TALAVERO CABRERA	DOCTOR ACREDITADO	10,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
VICTORIA EUGENIA SANCHEZ GARCIA	DOCTOR ACREDITADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	EXCLUSIVA
WENDAN LONG	DOCTOR	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO
WENJING ZHANG	LICENCIADO	4,5	GRADO EN MARKETING	PRESENCIAL	2023-2024	COMPLETO



PA01A

PROCEDIMIENTO DE CAPTACIÓN Y SELECCIÓN DEL PERSONAL ACADÉMICO

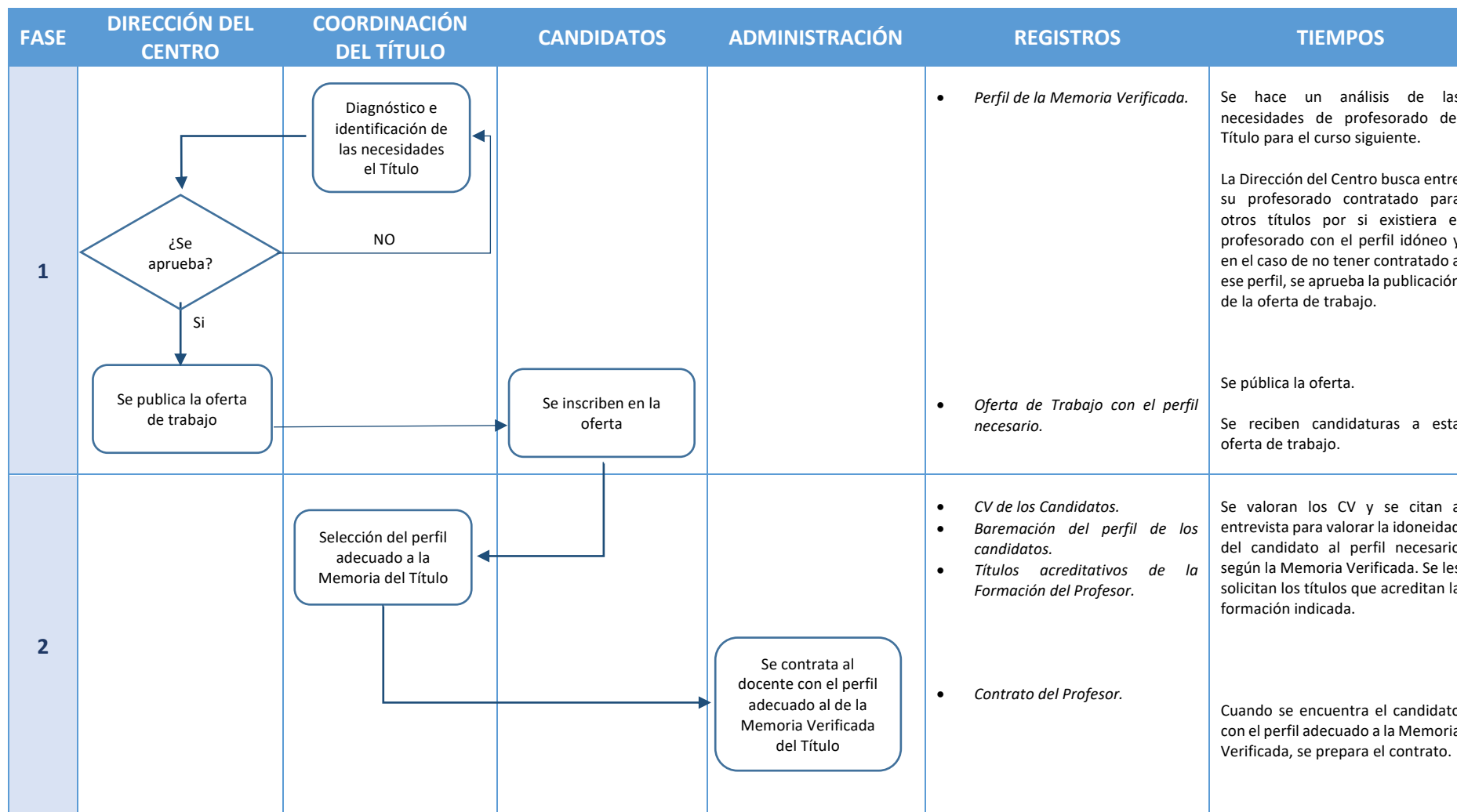
CONTROL DE MODIFICACIONES			
Edición	Fecha	Apartado	Descripción
1	Dic 2015	Todos	Edición Inicial.

FICHA DEL PROCEDIMIENTO			
OBJETO		ALCANCE	
El objeto de este proceso es establecer cómo el Centro detecta y valora la información sobre necesidades de Personal Docente e Investigador en sus Títulos y aprueba la selección e incorporación del mismo, garantizando su calidad para cumplir las funciones que les son propias.		El presente documento es de aplicación a todos los procesos relacionados con la captación y selección del Personal Docente e Investigador de CEDEU.	
RESPONSABILIDADES			
MÁXIMO Dirección del Centro		PUNTUAL Coordinación de los Títulos Administración	
DOCUMENTACIÓN DE REFERENCIA		SALIDAS / RESULTADO DEL PROCESO	
1. Manual y Procedimientos del SIGC 2. Relación de anexos del SIGC 3. Legislación vigente identificada en el Espacio Madrileño de Educación Superior en la CAM (www.emes.es) 4. Normativa interna de CEDEU. 5. Programa AUDIT 6. Criterios y directrices para la Garantía de Calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior.		- Perfil/es necesario/s. - Oferta de empleo. - CVs - Contrato.	
PROVEEDORES		GRUPOS DE INTERÉS	
-		1. Estudiantes. 2. Personal Docente e Investigador (PDI). 3. Personal de Administración y Servicios (PAS).	
INDICADORES			
Anexo A01: Relación de Indicadores del SIGC			
DEFINICIONES			
Términos: Personal Docente e Investigador Definidos en el Anexo A02: Glosario de términos del SIGC.			
REGISTROS	RESPONSABLE	LUGAR DE ARCHIVO	TIEMPO DE ARCHIVO
Perfil del puesto	Coordinación de los Títulos	Coordinación de los Títulos	N/A
Oferta de Empleo	Coordinación de los Títulos	Coordinación de los Títulos	N/A
CVs	Coordinación de los Títulos	Coordinación de los Títulos	N/A
Contrato	Administración	Administración	N/A
DESARROLLO			
1	Identificación de las necesidades de nueva contratación de PDI:		
	La selección de Personal Docente e Investigador se realiza a partir de la detección de la necesidad de contratar personal docente con un perfil específico.		
2	Presentación de la Oferta de Empleo:		
	La Coordinación del Título que detecta la necesidad elabora la oferta de empleo y la presenta a la Dirección del Centro para su valoración.		
3	Aprobación de la Oferta de Empleo:		
	Si en el Centro, en otra titulación se cuenta con un docente con dicho perfil se le ofrecerá la posibilidad de impartir la nueva docencia, pero si no existe un docente con el perfil se aprueba la publicación de la oferta de empleo.		

4	Recepción de CVs:
	En el Centro, se recogen los CVs de los posibles candidatos para ser valorados, estudiando cada una de las candidaturas.
5	Selección:
	Desde la Coordinación del Título, se seleccionan los CVs más idóneos al perfil solicitado y se citan a los candidatos a entrevista para que aporten la documentación que acredita el perfil del CV. Tras las entrevistas, y con el perfil de la Memoria Verificada, se selecciona el perfil más adecuado.
6	Contratación:
	Se informará a todos los candidatos de si han sido o no seleccionados y al candidato seleccionado se le avisa para que pase por Administración para la firma de su contrato.
SEGUIMIENTO Y MEDICIÓN: MEDIDA, ANÁLISIS Y MEJORA CONTINUA	
La recogida, análisis de información, participación de los grupos de interés, revisión y mejora, se llevará a cabo según el procedimiento descrito en PM01: Medición, Análisis y Mejora Continua , con las particularidades y apoyo documental (Anexos y formatos asociados), especificados en este procedimiento.	
GESTIÓN DOCUMENTAL	
La gestión de la documentación y anexos generados del presente procedimiento se llevará a cabo según las indicaciones del Procedimiento PT01: Gestión y control de los documentos y registros .	

DIAGRAMA

OBJETIVO: Establecer cómo el Centro detecta y valora la información sobre necesidades de Personal Docente e Investigador en sus Títulos y aprueba la selección e incorporación del mismo, garantizando su calidad para cumplir las funciones que les son propias.



GRADO EN MARKETING Curso 2022-23

Categoría		Datos del centro			Datos del título				Años totales de experiencia docente	Sexenios
		Número de profesores	ECTS impartidos	Años totales de experiencia docente	Número de profesores		ECTS impartidos			
					Cantidad	% sobre el total	Cantidad	% sobre el total		
Profesores con dedicación exclusiva	TOTAL	19	235	156	5	13,9	28,5	11,9	31	
	Doctores	11	141	119	2	5,6	10,5	4,4	22	
	Acreditados	4	51	47	1	2,8	4,5	1,9	9	
Profesores con dedicación a tiempo completo	TOTAL	26	1124	254	24	66,7	175,5	73,1	197	
	Doctores	15	795,5	185	13	36	94,5	39,4	148	
	Acreditados	7	369,5	69	6	16,7	58,5	24,38	92	2
Profesores con dedicación a tiempo parcial	TOTAL	22	333	298	7	19,4	36	15	64	
	Doctores	16	290	174	7	19,4	36	15	64	
	Acreditados	10	118	124	4	11,1	19,5	8,1	51	
TOTAL PROFESORES	TOTAL	69	1722	575	36	100	240	100	292	
	Doctores	44	1214,5	449	22	61,1	141,5	59	234	
	Acreditados	21	538,5	253	11	30,5	82,5	39,8	109	

GRADO EN MARKETING Curso 2023-24

Categoría		Datos del centro			Datos del título				Años totales de experiencia docente	Sexenios
		Número de profesores	ECTS impartidos	Años totales de experiencia docente	Número de profesores		ECTS impartidos			
					Cantidad	% sobre el total	Cantidad	% sobre el total		
Profesores con dedicación exclusiva	TOTAL	19	235	156	5	13,9	28,5	11,9	41	
	Doctores	11	141	119	3	8,3	16,5	6,9	35	
	Acreditados	4	51	47	2	5,7	10,5	4,4	22	
Profesores con dedicación a tiempo completo	TOTAL	26	1124	254	23	66,9	169,5	70,6	190	
	Doctores	15	795,5	185	12	33,3	88,5	36,9	141	
	Acreditados	7	369,5	69	6	16,7	58,5	24,4	92	2
Profesores con dedicación a tiempo parcial	TOTAL	22	333	298	8	22,2	42	17,5	75	
	Doctores	16	290	174	8	22,2	42	17,5	75	
	Acreditados	10	118	124	5	13,9	25,5	10,6	62	
TOTAL PROFESORES	TOTAL	69	1722	575	36	100	240	100	292	
	Doctores	44	1214,5	449	23	63,9	147	61,3	234	
	Acreditados	21	538,5	253	13	36,1	94,5	39,4	109	