

GRADO EN MARKETING

ACCIONES DE MEJORA

CURSO 2014-2015

PROPUESTAS:

PLAN DE MEJORA 1: Mejorar el sistema de Trabajos Fin de Grado (TFG)

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Que todos los alumnos puedan tener acceso a un tutor/director de su TFG de manera más rápida y sencilla.

2.Indicador de seguimiento:

Observando que el número de correos electrónicos preguntando sobre este aspecto disminuye.

3.Seguimiento /cumplimiento:

Cambiar el sistema actual de asignación de tutores.

4.Observaciones:

Mejorar el sistema de acuerdos entre profesorado y alumnado en este aspecto.

PLAN DE MEJORA 2: Volver a las pruebas de acceso de inglés para las Titulaciones de esta modalidad.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Mejorar la calidad de enseñanza en esta modalidad.

2.Indicador de seguimiento:

Reuniones con profesores que imparten en esta modalidad, han constatado su preocupación por la bajada evidente de calidad. Habría que hacer seguimiento con ellos.

3.Seguimiento /cumplimiento:

Volver al sistema que había antes.

4.Observaciones:

Vuelta a las pruebas de acceso o presentando un Título oficial equivalente al First B2 o similar.

PLAN DE MEJORA 3: Integración de los alumnos Erasmus (que han aumentado) con el resto de sus compañeros.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

La integración de los alumnos de diferentes nacionalidades en la clase.

2.Indicador de seguimiento:

Haciendo un seguimiento los profesores en clase (a través de la observación).

3.Seguimiento /cumplimiento:

Informar a los profesores al respecto para que se sensibilicen con este problema.

4.Observaciones:

Introduciendo algún procedimiento en clase para la integración.

PLAN DE MEJORA 4: Mejorar y aumentar determinados conocimientos actuales sobre Marketing que no están contemplados en el Plan de estudios, como, por ejemplo, Marketing digital, así como, conocimientos básicos que dificultan el seguimiento de alguna asignatura concreta como matemáticas.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Que los alumnos puedan afrontar los nuevos cambios producidos en el mercado.

2.Indicador de seguimiento:

Creación de seminarios, cursos específicos.

3.Seguimiento /cumplimiento:

Reuniones con Decanato para estudiar las distintas opciones que pueden existir.

4.Observaciones:

Buscar apoyo institucional para realizarlos.

PLAN DE MEJORA 5: Tratar de reducir lo máximo posible, las quejas y reclamaciones por parte de los alumnos en temas concretos como: falta de información determinada, revisión de exámenes, subida de material al aula Virtual y Guías docentes.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Disminuir el descontento del alumno en estos aspectos.

2.Indicador de seguimiento:

Observando que el número de quejas ha disminuido.

3.Seguimiento /cumplimiento:

Seguimiento a través de reuniones con delegados y subdelegados de grupo para ver si se está cumpliendo.

4.Observaciones:

Mayor información al profesorado sobre los deberes y obligaciones. Campañas de sensibilización.

PLAN DE MEJORA 6: Mejorar la comunicación e información entre los diferentes Campus donde se imparte la Titulación, de tal forma que les llegue a todos los alumnos la misma información en relación a todos los aspectos relacionados con el Grado Marketing (reuniones informativas, seminarios, charlas, TFG...)

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Disminuir el descontento de algunos alumnos (sobre todo en las UDDs) en este aspecto.

2.Indicador de seguimiento:

Garantizar la información a través de los mismos canales.

3.Seguimiento /cumplimiento:

Seguimiento a través de reuniones con delegados y subdelegados de grupo para ver si se está cumpliendo.

4.Observaciones:

Pedir a los delegados de cada curso y Campus que estén coordinados y tengan reuniones periódicas.

SEGUIMIENTO Y CONTROL:

PLAN DE MEJORA 1: Mejorar la información y comunicación con el alumno sobre: TFG, RAC y Prácticas Externas.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Mejorar los medios y vías de comunicación de la URJC con respecto a los alumnos en general.

2.Indicador de seguimiento:

Observando que el número de correos preguntando sobre estos aspectos disminuye.

3.Seguimiento /cumplimiento:

SI se ha cumplido para RAC y Prácticas externas porque ha mejorado cuantitativa y cualitativamente la información en la página web de la URJC, pero **NO se ha conseguido del todo con el TFG**. Todavía hay muchos alumnos que no saben dónde deben acudir.

4.Observaciones:

Mejorar la plataforma y la página web de la Universidad.

PLAN DE MEJORA 2: En relación con la anterior, mejorar la visibilidad de los contenidos en la página web de la Universidad.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Que los alumnos accedan a la información y a los contenidos de manera sencilla.

2.Indicador de seguimiento:

Observando que el número de correos preguntando sobre estos aspectos disminuye.

3.Seguimiento /cumplimiento:

SI se ha conseguido.

Se ha modificado el diseño y aumentado los contenidos de la página web.

4.Observaciones:

Mejorar la plataforma y la página web de la Universidad.

PLAN DE MEJORA 3: Crear una base de datos de los alumnos que terminan el grado para poder crear una bolsa de trabajo.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Que los alumnos puedan acceder al mundo laboral a través de la Universidad.

2.Indicador de seguimiento:

La creación de la base de datos.

3.Seguimiento /cumplimiento:

SI se ha cumplido.

Se ha creado una base de datos de egresados desde Rectorado que sirve como Bolsa de Trabajo y para tener información de los alumnos una vez terminan sus estudios.

4.Observaciones:

Crear una plataforma o un organismo dentro de la Universidad que lo gestione.

PLAN DE MEJORA 4: Mejorar el programa de algunas asignaturas que se repiten y no se profundiza.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Mejorar la calidad de enseñanza.

2.Indicador de seguimiento:

Reuniones con los representantes de alumnos de la Titulación y con los profesores afectados

3.Seguimiento /cumplimiento:

Se ha mejorado, pero no cumplido al 100%. Se ha tratado a través de reuniones con los profesores afectados y la Coordinadora los casos de solapamientos. Depende muchas veces de la voluntad humana, difícil de modificar en algunos casos. En otros, el solapamiento es inevitable en cuanto que sirve de introducción o recordatorio a algo visto en cursos pasado, pero en ningún modo supone un porcentaje importante del programa.

4.Observaciones:

Comparar y mirar con programas de mismas asignaturas de otras Universidades.

PLAN DE MEJORA 5: Se propone intentar dar más apoyo Institucional y visual a los grupos de alumnos que han surgido con buenas iniciativas en el campo el marketing, como: UNION; Descubre Marketing; Despacho de Kotler...

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Apoyar y motivar las iniciativas procedentes de los alumnos, como buen ejemplo hacia los demás compañeros.

2.Indicador de seguimiento:

Seguimiento de sus acciones y manteniendo su independencia como grupo, darles apoyo divulgativo.

3.Seguimiento /cumplimiento:

Se ha mejorado bastante en este aspecto.

Siempre que lo han requerido han sido recibidos en Decanato por la Vicedecana de Comunicación, Dña. Rocío Calero de la Paz y por la propia Decana, Dña. Pilar Laguna o por la Coordinadora de la Titulación, Dña. Susana Romero.

4.Observaciones:

Incluir dentro de la página web, información de las distintas asociaciones de alumnos con buenas iniciativas.