

GRADO EN MARKETING

ACCIONES DE MEJORA

CURSO 2015-2016

ROPUESTAS:

PLAN DE MEJORA 1: 1.- Revisión de las guías docentes para que no existan solapamientos entre asignaturas.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Evitar que los alumnos vean mismos contenidos en varias asignaturas diferentes. Les desmotiva.

2.Indicador de seguimiento:

Revisión de todas las asignaturas y reuniones con los profesores en donde se detecten solapamientos

3.Seguimiento /cumplimiento:

Preguntando a los delegados de curso por la existencia de dichos solapamientos

4.Observaciones:

Apoyo institucional si hiciera falta

PLAN DE MEJORA 2: 2.- Fomentar las clases prácticas entre el profesorado

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Incorporar en las distintas asignaturas más casos prácticos y/o estudios de casos

2.Indicador de seguimiento:

Reunión con profesores que imparten asignaturas en el Grado de Marketing

3.Seguimiento /cumplimiento:

Haciendo un seguimiento por parte de los Coordinadores y delegados de grupo.

4.Observaciones:

Campañas de información con los profesores, aunque el número de alumnos por grupo sigue siendo un hándicap importante para una gran mayoría.

PLAN DE MEJORA 3: 3.- Mover (en la medida de lo posible), asignaturas de curso para aumentar la motivación de los alumnos, ya que 1º y 2º tienen mucha carga de ADE y empresa, no siendo hasta 3º cuando ven asignaturas la mayoría de las asignaturas

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Evitar que los alumnos se desmotiven y abandonen los estudios.

2.Indicador de seguimiento:

A través del índice de la tasa de abandono.

3.Seguimiento /cumplimiento:

A través de la aprobación o no por parte de la ANECA.

4.Observaciones:

Apoyo institucional y de las Agencias de Mejora de la Calidad de la enseñanza, que son los que tienen que aprobar los cambios una vez hecha la propuesta.

PLAN DE MEJORA 4: 4.- Incorporar en el Campus de Aranjuez más opciones en Idioma moderno (solo tienen inglés)

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Motivar a los alumnos y tratar de disminuir la sensación de agravio comparativo con otros campus.

2.Indicador de seguimiento:

Realizar encuestas para ver si realmente hay una demanda específica (tal y como nos han dicho los alumnos en la reunión de Comisión de Calidad)

3.Seguimiento /cumplimiento:

A través de los delegados del Campus de Aranjuez

4.Observaciones:

Apoyo de la institución en incorporar nuevo/s idioma/s, si efectivamente hay demanda

PLAN DE MEJORA 5: 5.- Mejora en la actualización del grado en Marketing a través de contenidos actuales en algunas asignaturas de la Titulación.

Acción de mejora

1.Objetivo de la mejora:

Tratar de adaptar a través de algunas asignaturas específicas las tendencias de marketing actuales

2.Indicador de seguimiento:

Reuniones previas con los profesores implicados en dichas asignaturas para que lo puedan incorporar a los contenidos de sus Guías docentes

3.Seguimiento /cumplimiento:

Haciendo un seguimiento por parte de los Coordinadores y delegados de gr

4.Observaciones:

Apoyo institucional para cursos de formación, si hiciera falta.

SEGUIMIENTO Y CONTROL:

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:

Parcialmente. Aunque ha habido esfuerzos importantes para mejorar el procedimiento administrativo, no se ha cumplido del todo. Ya que, a día de hoy, hay todavía descontento por parte del alumnado

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:

No se ha cumplimentado

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:

Parcialmente. Se va consiguiendo en la medida que algunos profesores han implantado sistemas para la integración como el programa: “Apadrina un Erasmus”, por el cuál un alumno/a español/a se compromete por escrito a ayudar “académicamente” a un alumno/a extranjero/a en cuanto a apuntes, dudas en relación a los temas de gestión en la Universidad, etc y, a cambio, reciben hasta + 0.5 puntos (a partir de un 5 en la evaluación).

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:

SI. Se han realizado seminarios específicos como por ej: La semana del Marketing por parte de Asociación de alumnos y otros relacionados con Innovación en este campo.

En los temas relacionados con números no se ha cumplido del todo, puesto que el déficit procede del Bachillerato de Sociales (de los cuáles la mayoría procede) y cuyas matemáticas son deficitarias para afrontarse a titulaciones como ADE o Marketing.

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:

Si se han reducido. El número de quejas y reclamaciones ha disminuido con respecto a otros años

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:

Si se ha cumplido (aunque siempre habrá alumnos a los que nos les llega dicha información por diferentes causas: no utilizan el correo institucional, no lo vacían y les rebota los mensajes al estar llenos sus buzones, no entran a ver la información disponible en la página web, etc. Pero se ha hecho un esfuerzo muy importante desde la web de la Universidad y desde los Coordinadores para mantener a los alumnos de los diferentes Campus, informados por igual a través de la utilización del Espacio colaborativo que está en el Aula Virtual.

4.Observaciones:

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