

RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN INFORME FINAL

DATOS DEL TÍTULO

Número de Expediente (RUCT):	2503616
Denominación Título:	Grado en Marketing
Universidad responsable:	Universidad Europea de Madrid
Universidades participantes:	-
Centros de la Comunidad de Madrid en los que se imparte:	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Nº de créditos:	240
Idioma:	Español
Modalidad:	

MIEMBROS DEL COMITÉ DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Presidente/a del Pleno:	Federico Morán Abad
Experto/a externo/a:	Rosa de Couto Gálvez, Ángel Garrido García
Vocal estudiante:	Andrea Paricio Henares
Presidente/a Comité Artes y Humanidades:	Javier de Navascues Martín
Presidente/a Comité Ciencias:	Juan Antonio Vallés Brau
Presidente/a Comité Ciencias de la Salud:	Vicente Soriano Vázquez
Presidente/a Comité Ciencias Sociales y Jurídicas 1:	Cristina Mayor Ruiz
Presidente/a Comité Ciencias Sociales y Jurídicas 2:	Luis Vázquez Suárez
Presidente/a Comité Ingeniería y Arquitectura:	Enrique Masgrau Gómez
Presidente/a Comité de Evaluación y Acreditación de Doctorado:	Susana Rodríguez Escanciano
Secretario/a:	Oscar Vadillo Muñoz

La Fundación para el Conocimiento Madrimasd, órgano de evaluación en el ámbito universitario de la Comunidad de Madrid, ha procedido a evaluar el seguimiento del título oficial arriba citado en el marco establecido por el Real Decreto 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.

La evaluación se ha llevado a cabo de acuerdo con los criterios y directrices establecidos en la *Guía de evaluación para la renovación de la acreditación de títulos oficiales de Grado y Máster* de la Fundación y teniendo en cuenta la evaluación externa realizada por el Panel de expertos que ha visitado la universidad y el Informe provisional emitido por el Comité de rama.

VALORACIÓN GLOBAL DEL TÍTULO

Transcurrido el plazo de veinte días para la presentación de alegaciones al Informe provisional y considerando la información disponible del título incluida en el dossier de acreditación y, en su caso, las alegaciones y/o Plan de Mejora presentadas por la universidad, este Comité de Evaluación y Acreditación emite el siguiente Informe final de renovación de la acreditación en términos de **FAVORABLE**. Este informe debe hacerse público en la página web del propio título de forma fácilmente accesible.

CUMPLIMIENTO DE LOS CRITERIOS

DIMENSIÓN 1. La gestión del título

Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

EL PROGRAMA FORMATIVO ESTÁ ACTUALIZADO DE ACUERDO A LOS REQUERIMIENTOS DE LA DISCIPLINA Y SE HA IMPLANTADO CONFORME A LAS CONDICIONES ESTABLECIDAS EN LA MEMORIA VERIFICADA Y/O SUS POSTERIORES MODIFICACIONES.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 1.:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración:

El Grado en Marketing fue verificado en febrero de 2017 y se imparte en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación (Campus de Villaviciosa y Campus de Alcobendas). La Memoria de verificación ha sido objeto de modificación en 2017, 2019 y 2020.

La implantación del plan de estudios y la organización del programa son coherentes con lo dispuesto en la Memoria verificada. Las guías docentes son completas e incluyen resultados de aprendizaje, competencias, contenidos, metodologías de enseñanza, nombres del profesorado que lo imparte, objetivos, sistema de evaluación y referencias bibliográficas. Su contenido es revisado por el profesorado al final de cada curso y, en general, cumplen con la Memoria verificada. No obstante, la bibliografía no está actualizada. Para algunas asignaturas la modalidad de impartición recogida en la guía publicada en la página web parece confusa, por lo que se recomienda aclararlo.

Con relación al idioma de impartición, y tal como se indicó en el informe de seguimiento (27 de mayo de 2020), según la Memoria modificada (abril de 2021) el título se imparte en español e inglés. Sin embargo, en la web y las correspondientes guías docentes solo se indica español, aunque al desplegar el contenido de algunas de ellas se indica que se impartirá en inglés. Se recomienda, además, actualizar los contenidos de las asignaturas de acuerdo a los avances que se producen en este campo.

Se aplica la normativa de permanencia y los sistemas de transferencia y reconocimiento de créditos, habiendo realizado reconocimientos de créditos a doce estudiantes, con un máximo de 90 créditos. Las convalidaciones resultan coherentes, correspondiendo en su mayoría a estudiantado procedente de Ciclos Formativos de Grado Superior en Marketing.

Las prácticas externas se adecúan a las competencias del título. Sin embargo, se pone de manifiesto que la realización de las mismas ha venido interfiriendo en el desarrollo académico del curso, por su excesiva duración y dedicación diaria, así como por la falta de contraprestación económica. Se recomienda trabajar en mejorar esta cuestión, aunque la misma consta resuelta por los responsables del título. Las mismas son realizables en el periodo contemplado en el plan de estudios y la oferta cubre la demanda del alumnado. Existe una plataforma virtual a través de la cual se gestionan y que sirve de canal de comunicación con la empresa, pues el tutor tiene que enviar, a través de la misma, el informe sobre el desempeño del estudiantado.

El título cuenta con mecanismos de coordinación docente (articulación horizontal y vertical), tanto horizontales como verticales. En general, están bien definidos en sus competencias y objetivos, así como en las responsabilidades de los distintos agentes implicados, lo cual garantiza una adecuada supervisión de la implantación de plan de estudios y del desempeño docente. La misma se realiza a través de su Plan Institucional de Evaluación de Aprendizajes, mediante un coordinador de asignatura, uno de título y un vicedecano que coordina las diferentes titulaciones de un área de conocimiento. Se valora positivamente las actas de coordinación horizontal, completas, con planes de mejora adjuntos.

En cuanto a la coordinación vertical, se realiza a partir de reuniones convocadas por el Departamento del área de Comunicación y Marketing, de cuyas actas se infiere que existe una comunicación fluida. También se aportan actas de las reuniones de coordinación vertical entre asignaturas muy relacionadas como Estadística e Ingeniería de Datos, que concluyen con la

inexistencia de solapamientos entre asignaturas.

Sólo constan dos actas de coordinación entre asignaturas y no están ambas firmadas. Se deben firmar todas las actas.

La satisfacción de los estudiantes con la coordinación es adecuada, 3.4/5 en los dos últimos cursos de los que se disponen datos, aunque con una baja participación que no alcanza el 30%.

El número de estudiantes de nuevo ingreso se ha ajustado a la Memoria de Verificación. En la Memoria verificada (y sus posteriores modificaciones) consta una oferta de 120 plazas para la modalidad presencial y otras tantas para la modalidad online, cifra que no ha sido superada en ningún curso. En el curso 2021/22 se alcanzó la mayor tasa de cobertura, con 78,3% en la modalidad presencial y 28,3% en la modalidad a distancia. La baja tasa de cobertura de esa segunda modalidad debe llevar a los responsables del título a incrementar los esfuerzos por atraer alumnado.

El perfil de ingreso en la titulación está en línea con lo establecido en la Memoria verificada y hace referencia a los criterios estándar en las titulaciones de Grado. Respecto a los requisitos de acceso, son los estandarizados para cualquier titulación de grado, sin requisitos especiales. No obstante, el estudiantado tiene que realizar una prueba de acceso (que incluye test de evaluación de competencias y habilidades, test de conocimientos generales, prueba de inglés no selectiva y entrevista personal).

Criterio 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

LA INSTITUCIÓN DISPONE DE MECANISMOS PARA COMUNICAR DE MANERA ADECUADA A TODOS LOS GRUPOS DE INTERÉS LAS CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA Y DE LOS PROCESOS QUE GARANTIZAN SU CALIDAD.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 2.:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración:

La universidad pone a disposición de todos los grupos de interés información objetiva y suficiente sobre las características del título y sobre los procesos de gestión que garantizan su calidad. La página web del título cuenta con la información básica del título.

En lo que respecta a las guías docentes, se presentan con un formato homogéneo. Solamente se encuentran publicadas siete asignaturas optativas, mientras que en la Memoria verificada (y sus posteriores modificaciones) se recoge un número mucho más extenso de asignaturas optativas.

No se publican las instituciones con convenio para las prácticas externas. Actualmente ofrece información a nivel genérico y solo nombra algunas empresas sin mayor especificación sobre si están vigentes o no.

Respecto a la prueba de acceso, se indica que existe una "prueba de inglés no selectiva" mientras que en la Memoria verificada (última modificación) se recoge que la prueba de inglés ponderará un 25% de la valoración para la admisión de alumnos, pero sólo en el caso en que la demanda supere a la oferta.

Se publica información sobre los profesores del título. Se recomienda organizar su contenido para hacerla más accesible; por otra parte, la información sobre los CVs del profesorado en ocasiones es demasiado escueta.

El buzón de quejas y sugerencias se encuentra en un lugar de la página web poco visible.

Se dispone de información sobre Calidad, como el SGIC (responsables, procedimientos, resultados), acciones de mejora y buzón de quejas y reclamaciones), y publicación de Registros. Se publica la información sobre la composición de la comisión de calidad pero solo aparecen los cargos que deberían componerla, pero no los nombres.

La información sobre "servicios al estudiante" está incompleta: solo a través de ese enlace se puede acceder a los horarios del grado, bajo un procedimiento de búsqueda dificultoso y poco práctico. Se debe mejorar el posicionamiento de esta información, así como distinguir entre los horarios de la modalidad presencial en Villaviciosa, o en Alcobendas y online.

Criterio 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC)

LA INSTITUCIÓN DISPONE DE UN SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD FORMALMENTE ESTABLECIDO E IMPLEMENTADO QUE ASEGURA, DE FORMA EFICAZ, LA MEJORA CONTINUA DEL TÍTULO.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 3.:

A: El estándar para este criterio se logra completamente y además existen ejemplos que exceden de los requerimientos básicos y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración:

El Grado en Marketing se imparte en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. Campus Villaviciosa y Alcobendas, que cuenta con la certificación favorable de la implantación de su Sistema Interno de Garantía de Calidad bajo el programa

SISCAL, lo que asegura que está orientado a la mejora continua de la formación que se ofrece a sus estudiantes.

DIMENSIÓN 2. Recursos

Criterio 4. PERSONAL ACADÉMICO

EL PERSONAL ACADÉMICO QUE IMPARTE DOCENCIA ES SUFICIENTE Y ADECUADO, DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL TÍTULO Y EL NÚMERO DE ESTUDIANTES.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 4.:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración:

El personal académico del título es suficiente, reúne el nivel de cualificación académica requerido para el título y dispone de la adecuada experiencia y calidad docente.

El título cuenta con 64 profesores, con una experiencia docente media relativamente reducida (5,6 años) y cuya experiencia investigadora (medida en sexenios) solo acumula tres sexenios, lo que representa una cifra muy reducida, la cual se explica en cuanto a la alta carga docente que soportan. En tal sentido se recomienda realizar un esfuerzo para apoyar la carrera investigadora del profesorado.

En el curso 2021/22 los profesores doctores constituían el 62,5% (impartiendo el 77% de los ECTS), a lo que se añade que el 76% del profesorado tiene dedicación a tiempo completo. Por otra parte, el profesorado doctor acreditado alcanza el 30% del profesorado doctor (impartiendo el 41,9% de los ECTS), lo que supone una mejora respecto a las cifras constatadas en el Informe de seguimiento emitido en 2020; no obstante, se anima a la UEM a seguir consolidando la política de profesorado acreditado.

Respecto al reparto de los TFG entre el profesorado adscrito al título se observa que los 48 alumnos/as que han defendido TFG en el curso 2021/22 han sido tutorizados por una misma profesora, lo que se considera excesivo en la medida en que pueda redundar en un grado insuficiente de atención a esa tarea. No obstante, el grado de satisfacción del estudiantado con la tutorización del TFG en términos globales se sitúa en 3,9, para la modalidad presencial; para la modalidad a distancia no se aporta la información.

Constan planes de formación para el profesorado y fomento de la actividad investigadora y de innovación docente, pero no se aporta información específica del grado de implicación del profesorado en las mismas. Respecto a la movilidad del profesorado es muy reducida, por lo que se recomienda potenciar la participación en los programas de movilidad.

En su caso, la universidad ha hecho efectivos los compromisos adquiridos en los diferentes procesos de evaluación del título respecto a la contratación y mejora de la cualificación docente e investigadora del profesorado y está realizando actuaciones dirigidas a dar cumplimiento a los requisitos previstos en la normativa vigente en relación con el personal docente e investigador. Se han seguido las recomendaciones realizadas en el Informe de seguimiento anterior, de 2020, en el que se recomendaba "reforzar la política de contratación de profesorado acreditado". Evidencia de ello es el aumento de profesores acreditados, pasando del 19% en 2019 al 30% en el curso 2021/22.

Respecto a la satisfacción de los estudiantes con el profesorado, se detecta una valoración alta, en términos generales.

Criterio 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

EL PERSONAL DE APOYO, LOS RECURSOS MATERIALES Y LOS SERVICIOS PUESTOS A DISPOSICIÓN DEL DESARROLLO DEL TÍTULO SON LOS ADECUADOS EN FUNCIÓN DE LA NATURALEZA, MODALIDAD DEL TÍTULO, NÚMERO DE ESTUDIANTES MATRICULADOS Y COMPETENCIAS A ADQUIRIR POR LOS MISMOS.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 5.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es suficiente y los servicios de orientación académica y profesional soportan adecuadamente el proceso de aprendizaje y facilitan la incorporación al mercado laboral.

El grado cuenta con acciones y programas de apoyo y orientación académica y profesional de los estudiantes. Asimismo, como recursos adicionales se cuenta con el Servicio específico de orientación educativa con el objetivo de ofrecer acompañamiento y orientación educativa a los estudiantes a lo largo de su vida universitaria; la Unidad de atención a la diversidad; el Asesor de movilidad internacional; la Defensora Universitaria, el Asesor académico y, para la modalidad a distancia, el Tutor online, etc. Existen numerosas acciones para fomentar la orientación del estudiantado. Es destacable la figura del asesor académico y del

orientador, esta última, para casos de bajo rendimiento. Se valora positivamente la iniciativa School of Life para el desarrollo de competencias muy demandadas por las empresas. También se considera positivamente el trabajo de la Unidad de Atención a la Diversidad, como queda plasmado en el informe que se presenta como evidencia.

Los niveles de movilidad "outgoing" son reducidos (sólo dos estudiantes en el curso 2021/22). Por contraposición a la movilidad "incoming" que fue aprovechada por siete estudiantes, aunque todas estas personas procedían de una misma universidad peruana. Se recomienda mejorar la movilidad internacional de los estudiantes.

La docencia se imparte en la Facultad de Ciencias Sociales y Comunicación, en dos Campus (Campus de Villaviciosa y Campus de Alcobendas). Las infraestructuras son adecuadas y los alumnos tienen acceso al campus virtual Canvas, como plataforma virtual de aprendizaje, es un sistema de gestión del aprendizaje (Learning Management System, LMS).

No se presentan problemas de dotación de recursos, tales como biblioteca, así como la dotación de software informático y medios audiovisuales para el adecuado desarrollo del proceso de enseñanza-aprendizaje. Los recursos materiales se adecuan al número de estudiantes y a las actividades formativas programadas en el título en todos los campus que participan en la impartición del título.

La información sobre las instalaciones que los estudiantes van a usar durante el grado debe estar públicas y bien descritas en la página web, e incluir las diferencias entre campus.

Las infraestructuras son adecuadas en la modalidad a distancia.

La satisfacción con los recursos, las aulas/laboratorios/espacios (presenciales o virtuales) donde se desarrollan las sesiones de clase, se sitúa en 3,6 (en 2021/22) para la modalidad presencial y en 4,0 para la modalidad a distancia. Esa satisfacción se ve reducida cuando al estudiantado de la modalidad a distancia se le pregunta sobre el soporte 24x7 prestado durante la impartición de la titulación (chat y teléfono en Campus Virtual), al que le otorgan un nivel de satisfacción de 3,1.

DIMENSIÓN 3. Resultados

Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE ALCANZADOS POR LOS TITULADOS SON COHERENTES CON EL PERFIL DE EGRESO Y SE CORRESPONDEN CON EL NIVEL DEL MECES (MARCO ESPAÑOL DE CUALIFICACIONES PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR) DEL TÍTULO.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 6.:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración:

Las metodologías docentes y los sistemas de evaluación empleados para cada una de las asignaturas aparecen descritos en las guías docentes y se corresponden con lo contemplado en la Memoria verificada. En el curso 2021/22, existe homogeneidad en los rendimientos de la mayor parte de las asignaturas (tasa de aprobados > 75%).

Entre las quejas, los delegados de curso manifiestan principalmente descontento con la escasa información respecto a la organización de contenidos/calendario en la modalidad a distancia. Se recomienda realizar acciones de mejora al respecto.

Además, es necesario actualizar los contenidos de algunas asignaturas para adaptarlos a los avances que se están produciendo en el área del marketing.

En cuanto al TFG, se ha publicado una guía de elaboración del mismo. Respecto al curso 2021/22 se muestran calificaciones que, mayoritariamente se encuentran entre 7 y 9, que sitúan la tasa de rendimiento en primera matrícula en el 88,5%.

Las memorias de realizadas por los estudiantes son adecuadas, aunque las mismas están repletas de faltas de ortografía.

Los indicadores recogidos en la Memoria muestran desviaciones en la práctica en lo relativo a tasas de graduación y abandono, que se fijaron en el 70% y 10%, respectivamente. La tasa de graduación solo alcanza el 58,8% en el curso 2021. La tasa de abandono ha crecido hasta el 21,7% en 2021 (en los años anteriores fue de 15,4% y 14,9%, para 2017 y 2018, respectivamente).

Esta tasa de abandono se sitúa por encima de lo propuesto en la Memoria verificada. Respecto a las tasas de rendimiento muestra valores superiores al 85% en todos los cursos. Algo similar ocurre con la tasa de eficiencia, que también supera el 94%, alcanzado el 95,8% en el año 2021. Las desviaciones observadas en los indicadores de graduación y abandono se achacan en el Informe de autoevaluación a los cambios de titulación y abandono por parte de estudiantado extranjero. No obstante, se recomienda implementar acciones de mejora para alcanzar las tasas comprometidas en la Memoria verificada.

La satisfacción de los alumnos de la modalidad online es baja, puesto que otorgan una calificación media de 2,5 (sobre 5) en el ítem referido a "la gestión y coordinación de los exámenes (sedes, organización, ubicaciones, etc.); de ahí que se recomiende una mayor flexibilidad en la organización del proceso de enseñanza-aprendizaje en la modalidad a distancia.

Respecto a la satisfacción del estudiantado con el desarrollo de competencias, esta alcanza un nivel adecuado, situándose en 3,8 y 3,9 para la modalidad presencial y a distancia, respectivamente (sobre 5). De forma similar, los indicadores referidos a la

satisfacción global con la titulación ascienden a 4 (sobre 5), en ambas modalidades. Las prácticas externas también muestran niveles de satisfacción elevados.

En las encuestas de satisfacción contestadas por el profesorado se muestra un nivel de satisfacción adecuado con la formación recibida en cuanto a su aporte para ayudarles a mejorar sus competencias digitales y a mejorar su práctica docente (con una satisfacción media de 3,4 y 3,6, respectivamente).

Por otra parte, el tamaño muestral para el estudiantado en la modalidad a distancia es muy reducido (12,5%), y también resulta reducido en lo referido al profesorado (13 de los 64 profesores), de ahí que se recomiende intensificar el esfuerzo para la recogida de información a través del SIGC.

Por último, se realiza una encuesta al PAS, en la que este colectivo indica una satisfacción global con la universidad de 3,9.

Según los datos sobre el estudio de empleabilidad realizados a los alumnos egresados en el curso 2020/21, la tasa de empleabilidad un año después ha sido de un 91,7%, con una tasa de respuesta del 54%. Además, de los que trabajan, el 100% considera que ha mejorado su situación laboral. Los egresados valoran su satisfacción con su situación laboral con un 4,3 sobre 5. El grado de satisfacción de los egresados con su situación laboral es de 4,3 sobre 5.

PUNTOS FUERTES Y BUENAS PRÁCTICAS:

Criterio 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC)

1.- El centro donde se imparte el título cuenta con la certificación favorable de la implantación de su SGIC bajo el programa SISCAL.

RECOMENDACIONES:

Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

1. Se recomienda homogeneizar, tanto en la web como en las correspondientes guías docentes, la lengua vehicular y la modalidad de impartición de las asignaturas.

Criterio 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

1.- Se deben actualizar y publicar las empresas con las que se tiene convenio para la realización de las prácticas académicas externas.

Criterio 4. PERSONAL ACADÉMICO

1.- Se recomienda incentivar la consecución de sexenios, acreditaciones y de proyectos de investigación competitivos por parte del personal académico que imparte docencia en el grado.

2.- Se recomienda repartir la tutorización de los TFG entre diferentes profesores del título, estableciendo un número máximo de trabajos a tutorizar por cada uno, de tal manera que no suponga una concentración excesiva para ninguno de los docentes.

Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1.- Se recomienda implementar acciones de mejora para aumentar las tasas de graduación y reducir las de abandono.

En Madrid, a 23 de febrero de 2024

Fdo.: Federico Morán Abad

El/la Presidente/a del Comité de Evaluación y Acreditación