



Acta de reunión del Comité de Garantía de Calidad del Grado en Marketing y Comunicación

19 de junio de 2019

COMPOSICIÓN MIEMBROS COMITÉ DE GARANTÍA DE CALIDAD

1	Dr. David Alameda García	
2	Dra. Irene Martín Martín (Secretaria del Comité)	
3	Dr. Luis Alberto Rivas Herrero	
4	Dra. Sonia Viñuela Hernández	
5	Lic. Elena Rodríguez Benito	
6	D. Andrés Casares Fernández	

Orden del día:

Reunido el Comité de Garantía Calidad del Grado de Marketing y Comunicación y con la asistencia del Dr. David Alameda García (presidente del Comité), Dra. Irene Martín Martín, Dra. Sonia Viñuela Hernández y Elena Rodríguez Benito y el representante de alumnos, D. Andrés Casares Fernández (delegado de 4º de Marketing) y con la excusa de asistencia de Dr. Alberto Rivas Herrero se aborda el siguiente orden del día:

Orden del día:

1. Lectura y aprobación del acta anterior.

El acta queda aprobada por mayoría.

2. Recomendaciones de mejora tras la evaluación del seguimiento del segundo cuatrimestre del curso 2018-2019

El Comité de Garantía del Grado de Marketing y Comunicación observa las siguientes necesidades:

- **Mayor enfoque de las asignaturas básicas e instrumentales hacia el grado de Marketing y Comunicación**, adecuando sus contenidos y prácticas al Grado y cumpliendo así, los criterios marcados para estas asignaturas en el Verifica. En este sentido, se propone recordar a los profesores implicados la necesaria adecuación de contenidos a los grados.
- **Respecto al idioma de impartición de algunas asignaturas:** Se recuerda la obligación de impartir las asignaturas marcadas el plan de estudios en inglés, íntegramente en este idioma.
- Como propuesta de mejora, el Comité del Calidad del Grado de Marketing y Comunicación propone **establecer mecanismos de coordinación la entre el profesorado para trabajar de manera colaborativa en algunos** proyectos ligados a varias asignaturas. Así, se pretende vincular casos prácticos a diferentes asignaturas. El objeto final es trabajar con un enfoque de **proyectos colaborativos** entre asignaturas que a través de un mismo caso de estudio enriquezcan el conocimiento desde diferentes perspectivas del marketing y la comunicación. Para ello se convocarán reuniones al inicio de cada semestre para pautar el desarrollo. Asimismo, estas reuniones de coordinación tendrán por objeto compartir el tipo de prácticas, casos, bibliografía y trabajos desarrollados en las asignaturas para buscar sinergias y evitar solapamientos.
- **En referencia al TFG:** El Comité quiere destacar que se ha mejorado mucho en cuanto al información al alumno. Por otro lado, para seguir mejorando en este aspecto se propone:
 - Introducir una modalidad de TFG con vinculación a empresas del Practicum. De manera que, aquellos alumnos que quieran, puedan realizar el caso de estudio sobre la empresa en que están inmersos durante el Practicum.
- **En referencia al Practicum:** Se propone también un cambio o la inclusión de un nuevo punto en el reglamento del Practicum referido a la incorporación de convenios con

empresas conseguidos por los alumnos directamente. De forma que cuando sea el alumno quien proponga realizar sus prácticas en una empresa que él mismo consiga, ese alumno tiene la preferencia para realizar allí su Practicum. Para regular este punto se establecerá una fecha tope (31 de enero) para que cualquier alumno pueda proponer un convenio para este objeto y será el Comité de Garantía del Grado quien apruebe o no la idoneidad de realizar con esa empresa un convenio de colaboración tras la justificación oportuna de la inclusión de dicha empresa a la bolsa del Practicum.

- De la misma forma, para mejorar la experiencia y el aprendizaje de los alumnos, desde la coordinación del Practicum se pedirá a las empresas que den a conocer su estructura real de departamento de marketing y/o comunicación para que el alumno conozca a priori el nivel de desarrollo en esa empresa.

- Por último, se aconseja realizar las prácticas en empresas que garanticen un porcentaje de presencialidad y una tutorización presencial.

- **Respecto a la Extensión Académica:** el Comité de Garantía de Calidad del Grado de Marketing y Comunicación propone una reorientación de la Extensión Académica. En particular, propone el cambio de las conferencias por **talleres o workshops** que permiten la adquisición de competencias demostradamente necesaria. Por ejemplo, taller de Google Analytics, Photoshop o Google Adwords. Esta demanda ya fue evidenciada en el curso anterior donde los alumnos demandaban estos contenidos y así completar su formación.
- En el mismo sentido al párrafo anterior, se propone **mejorar la Orientación Laboral** mediante talleres o workshops de realización de CV o cómo afrontar una entrevista laboral. También con el objetivo de mejorar la Orientación Laboral, se propone la creación de una **Feria de empleo**.
- En resumen, un abanico de 6 talleres, (que propondremos que puedan ser certificados por el ICE). Para su definición en cuanto a los temas de mayor interés, se realizaría un cuestionario a los alumnos en septiembre donde se les preguntaría por las temáticas que más les interesan y así diseñar estas actividades formativas.
- Por último, y tras este balance del segundo cuatrimestre, el Comité de Calidad del Grado identifica como necesarias algunas acciones de **formación para el profesorado del Grado**. Desde este Comité se demanda **nueva oferta de formación en Metodologías de Innovación Docente** puesto que la oferta de la Universidad en formación en estas metodologías en los últimos años ha sido muy escasa.

La reunión finaliza a las 9,30 horas.

En Salamanca, a 19 de junio de 2019

Fdo. David Alameda.

Presidente del Comité de Garantía de Calidad del Título.