



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

22 de junio de 2018

COMPOSICIÓN MIEMBROSCOMITÉ DE GARANTÍA DE CALIDAD

1	Dr. David Alameda García	
2	Dra. Irene Martín Martín	
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 3º 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. Extensión académica del Grado para el curso 2018

Se cierra la extensión académica del grado para el curso 2018/19 tras la valoración de las propuestas realizadas por el profesorado del grado. Acordando las siguientes actividades:

EXTENSIÓN ACADÉMICA GRADO DE MARKETING Y COMUNICACIÓN

- 7 DE NOVIEMBRE: Carlos Oleaga (OleagaConsulting): Performance marketing
- 14 DE NOVIEMBRE: Patricia Sánchez y (LAB BY TThe Gap): Big data e innovación
- 21 DE NOVIEMBRE: ANA GARCÍA BLANCO: “La importancia del Data en el consumo y en los contenidos digitales” (esta es la conferencia marco)
- 28 DE NOVIEMBRE: Ángel Benito (NORMAS DE INTERNET): Aspectos legales de los proyectos digitales

3. Elaboración del plan de mejora para el curso 2018-2019

Planes de estudio:

- Se trabajará para enfocar las asignaturas básicas, adecuando mejor sus de marketing
- Se propone repensar las asignaturas instrumentales para que realmente respondan a las necesidades detectadas, ajustándolas así en la medida de lo posible, a las necesidades propias del grado.
- Se propone también un mayor equilibrio en la carga de los semestres.
- Se propone también ponderar la carga de trabajo en las asignaturas de 3 créditos y verificar que se están impartiendo en ese sentido.

TFG: Respecto al Trabajo de Fin de Grado, se recuerda a los tutores la necesidad de ofrecer una mayor información sobre la normativa y recordar que la asignatura de Elaboración de Trabajos

Académicos con Indicadores de Calidad se orienta, precisamente, a la obtención de las habilidades necesarias para hacer dicho trabajo (2º).

Reorganización de asignaturas

Las propuestas de reorganización de algunas asignaturas a estudiar serían:

- Brand Strategic pasará al 2º cuatrimestre de cuarto, a cambio de International Marketing que pasaría al primer cuatrimestre. La justificación de este cambio es que Brand Strategic es más propio que se aborde una vez impartida la asignatura Técnicas cualitativas de investigación mercado del primer cuatrimestre de cuarto.
- Ecommerce pasará al 2º cuatrimestre de cuarto y en su lugar Simulación Comercial pasará al primer cuatrimestre. La justificación de este cambio responde a que no es conveniente a nivel competencias que se trabaje al mismo tiempo la asignatura de Digital y la de Ecommerce.

Presencia de las áreas de conocimientos

Se demanda mayor presencia de contenidos del área digital y otros complementos en el grado. Para ello se proponen alternativas:

- Su refuerzo a través de asignaturas instrumentales.
- Aumentar las competencias digitales en el resto de asignaturas del grado.
- Propuesta de talleres para llegar allí donde las asignaturas no pueden llegar, por ejemplo: creación avanzada de cuestionarios, CRM avanzado (trabajando con una herramienta concreta), obtención de certificados de Google Analytics o de Google Adwords.

Optativas

Se propone que se oferten todas las que figuran en el plan de estudios.

Proporcionalidad en los créditos

Se propone también el ajuste de las asignaturas de 3 créditos a la carga correspondiente y verificar que se están impartiendo en ese sentido.

Secuencialización de las asignaturas

- Se propone crear una guía que defina las “llaves” de cada asignatura (explicando que, para cursar dicha asignatura, es necesario haber cursado otras previamente).
- Además de estas “llaves”, se propone que se indique en las guías docentes las recomendaciones de formación necesarias previas para cursar una determinada asignatura, es decir, qué contenidos previos son recomendables (sin que sean llave), para generar una mayor tasa de rendimiento en la asignatura en cuestión y mayor clarificación del aporte de una asignatura a otra.

Convalidaciones

- Respecto a los planes de adaptación, parece necesario reforzar la Información ofrecida sobre este plan, mediante plantillas (especialmente para los que vienen de Publicidad y RRPP). Hay que recordar que esto se está haciendo con éxito desde ordenación académica y es más claro para los dobles grados.

Tasas de rendimiento de las asignaturas

- En relación a los indicadores del título se hará un seguimiento de las asignaturas con tasas de rendimiento inferior a la media de la titulación, así como las de mayores porcentajes de no presentados y de tasa de abanado a lo largo de los dos siguientes cursos al considerar que habrá mayor validez estadística al tener una masa más amplia de alumnado frente a la obtenida actualmente

Coordinación:

Para la mejora global del grado y de cada curso se propone que los tutores tengan una reunión al principio y al final del semestre con sus alumnos tutorizados, especificando en qué se concreta su labor como tutor y dejando claro los canales de comunicación, los procedimientos de queja o reclamación, los horarios de tutoría, etc.

RESPECTO A LA EXTERNSIÓN ACADÉMICA

Demandas de contenidos

- Ante las demandas de contenidos, se propone la puesta en marcha de talleres para completar contenidos que, en las asignaturas del grado, por limitación de horas, no se puede profundizar, por ejemplo: creación avanzada de cuestionarios, CRM avanzado (trabajando con una herramienta concreta), obtención de certificados de Google Analytics o de Google Adwords. Asimismo, la organización de talleres de competencias y herramientas transversales que son necesarias para la práctica profesional y que no son objetivo de asignaturas concretas
- Por otro lado, se observa que en algunos casos, los contenidos demandados se puede subsanar con un el enfoque adecuado al grado de las asignaturas básicas. Por ejemplo, el taller de wordpress estaría englobado en la Introducción a la Informática o hablar en público en Expresión Oral y Escrito de 1º.

Difusión de las actividades

- Mejorar la comunicación y difusión de la extensión académica

RESPECTO A LOS HORARIOS

- Se propone, en la medida de lo posible, que desde ordenación académica se intente evitar periodos de más de 2 horas con un profesor, aun cuando sean asignaturas distintas.
- Para facilitar al alumnado el horario de mañana y tarde se considera muy oportuna la creación de la zona "lunch, provista de microondas (para facilitar los posibles problemas de tiempo y coste para el estudiante).
- También se considera necesaria la ubicación de las asignaturas de formación básica u optativas que no tienen todos los alumnos de un curso a primera o a última hora.

RESPECTO A LA SUSPENSIÓN DE LAS CLASES

- Se propone comprobar que el profesor imparte las horas semanales asignadas a las materias (parece que, algún caso excepcional, se imparten 2h en lugar de las 4h) y recordar al profesorado la necesidad de avisar de esa suspensión lo antes posible.

RESPECTO AL CRONOGRAMA

- Como ha sucedido en años anteriores, se continúa produciendo la acumulación de trabajos al final del semestre. En el 1º, disponían del colchón de las Navidades antes de los exámenes, pero en el 2º cuatrimestre, se produce un gran colapso puesto que los exámenes comienzan inmediatamente después de la finalización de las clases.

Ante la Excesiva carga de trabajo al final del 2º semestre:

- El Comité no considera adecuado que se cree una norma en la que las entregas de los trabajos no puedan realizarse después de los diez últimos días de curso por dos razones: primera, considera que iría en contra de la adquisición de determinadas competencias al finalizar el cuatrimestre y en segundo lugar, porque esto, además, acortaría la materia.
- Se propone como mejora que los tutores tengan un papel más activo, que incluya sugerir entregas parciales y escalonado de trabajos finales a los profesores. En los casos en los que no haya examen o este suponga un 30% de la nota o menos, sugerir a los profesores que los trabajos finales puedan entregarse durante periodo de exámenes.

RESPECTO A LAS METODOLOGÍAS DOCENTES

En relación a los trabajos en grupo:

- Que reconsideren si algunas de ellas pudieran ser individuales y también, cuando no sea posible por los objetivos perseguidos en cada una de ellas, que recuerden al alumno la necesidad del trabajo en equipo. Por ello en el plan de mejora se acuerda explicar la idoneidad de práctica individual o grupal en función de los objetivos perseguidos en la misma. Justificar ante los alumnos la necesidad de trabajo en equipo en cada materia.

- **En la evaluación de los trabajos en equipo:** se propone diseñar sistemas eficaces para que cada alumno reciba la nota que él individual que merece, aunque haya otra nota global de trabajo final. Por ello, en el Plan de mejora se propone especificar en los trabajos en grupo los porcentajes de evaluación individual y grupal.
- **Respecto a las notas de prácticas:** se recuerda la necesidad de notificar las calificaciones al alumno al ser entregadas las prácticas o, al menos, antes de finalizar la asignatura. Y del mismo modo, respecto a la **pérdida de escolaridad:** Informar de la pérdida de escolaridad con suficiente antelación antes del examen.
- **En cuanto al nivel de exigencia:** parece necesario revisar el equilibrio de la exigencia académica de todos los profesores en relación con el número de créditos de la materia
- **Idioma de la materia:** Se recuerda también que asignaturas que figuran en verifica en inglés deberán impartirse en su totalidad en este idioma.
- **Aplicación práctica:** se propone una mayor inclusión de casos reales con empresas en las asignaturas y que dichas empresas/casos sean conocidas por el resto de compañeros de otros grados. Así, se propone que las exposiciones y presentaciones de trabajos se abran a los alumnos de los demás cursos contribuyendo así a una mayor motivación del alumnado del grado y a una mejor visión de la utilidad de los contenidos previos que están cursando.

RESPECTO A RRII

Se demanda el aumento de las plazas de Erasmus/Sicue para Marketing en relación con los demás grados. Además, parece óptimo adelantar el Inicio de programa Erasmus a 2º curso.

COORDINACIÓN Y ORIENTACIÓN

Para mejorar la coordinación entre asignaturas y con el alumnado se propone:

- Mejorar los sistemas de orientación profesional y laboral recibida
- Mejorar la oferta de prácticas obligatorias: intentar alargar su periodo de permanencia en ellas una vez cumplidos los créditos mínimos exigidos e informar del resto de porciones de prácticas (de alternancia y de verano) de las que disponen
- Mejorar el sistema de información y normativa del TFG
- Mayor sensibilización con los alumnos en relación la figura del tutor: explicarles la figura del tutor y la del coordinador del grado a través de reuniones concretas. También, llevar a cabo reuniones de coordinación con los alumnos (como mínimo dos en cada semestre: una al principio y otra al final). En dichas reuniones se debe trabajar en explicar bien el aporte de cada asignatura que van a cursar al plan de estudios y cómo se relaciona con otras materias y también, el aporte profesional una vez fuera de la Universidad.

RESPECTO A LA COMUNICACIÓN INTERNA:

- Se propone aumentar los canales de comunicación internos para la mejora para difusión de la Extensión Académica y eventos de la facultad.
- Por otro lado, parece necesario recordar al alumno que existen canales de quejas y sugerencias que pueden utilizar y que funcionan eficazmente.

4. Evaluación del segundo semestre del curso 2017-18

Tras el análisis de los datos obtenidos en la evaluación del segundo cuatrimestre, el Comité destaca a continuación las demandas y/o comentarios más relevantes:

- La necesidad de hacer una previsión más realista de horarios, de tal modo que se prevea con antelación si en la misma asignatura coinciden varios días festivos. Este comentario ha sido objeto de consideración negativa por parte de varios profesores del Grado.
- Asimismo, se ha valorado como negativo para la marcha del semestre que los alumnos tengan muchas horas con el mismo profesor el mismo día, aunque esté impartiendo diferentes asignaturas.
- La consideración por parte de los alumnos de cuarto curso de un segundo semestre “difícil” al coincidirles: la condensación de clases antes del inicio del Prácticum, la realización del TFG y la realización de las Prácticas Externas (Practicum).
- En las valoraciones realizadas por parte del profesorado destaca algunas cuestiones:
 - o Varios profesores coinciden en el importante contraste a nivel motivacional en el mismo curso entre alumnos muy implicados e interesados en la asignatura y otros muy poco implicados, pasotas y desinteresados por la materia impartida.
 - o La nula asistencia de los alumnos del grado a las actividades de Extensión Académica.
 - o Se observa en varias asignaturas (por ejemplo, Investigación de Mercados Avanzada o Fundamentos de Investigación Comercial) que los alumnos no traen la base adecuada de asignaturas previas para el desarrollo con normalidad de dichas asignaturas
 - o La excesiva carga de trabajo en el segundo cuatrimestre de tercero
- Por otro lado, es importante señalar la valoración muy positiva de los evaluadores externos de los alumnos en la realización de las Prácticas Externas (Practicum) aunque señalan que el periodo de prácticas debería ser mayor a las 150h.

- Por último, los alumnos de segundo consideran que las asignaturas de formación básica no tienen enfocados sus contenidos al Grado de Marketing (por ej. Estructura Social)

La reunión finaliza a las 13,30 horas.

En Salamanca, a 22 de junio de 2018

Fdo. David Alameda.

Presidente del Comité de Garantía de Calidad del Título.