

Denominación del Título	Grado en Marketing
Universidad solicitante	Universidad de Murcia
Rama de Conocimiento	Ciencias Sociales y Jurídicas
Año de implantación	2010/2011

ANECA, conforme a lo establecido en el artículo 27 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, en su nueva redacción tras su modificación por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, ha procedido a realizar el informe de seguimiento sobre la implantación del Título Oficial arriba indicado.

Esta evaluación se ha realizado por una Comisión de Evaluación formada por expertos nacionales e internacionales del ámbito académico, profesionales y estudiantes. Los miembros de la Comisión han sido seleccionados y nombrados según el procedimiento que se recoge en la web de la agencia.

Dimensión 1. La sociedad y el futuro estudiante

La página web del título en esta dimensión es bastante clara, intuitiva y está muy bien estructurada. Los enlaces funcionan y muestran lo que sus títulos sugieren sin inducir a confusión. Es un acierto que toda la información del título esté focalizada en un mismo entorno. La valoración de esta dimensión es muy positiva. También hay que destacar el hecho de que se facilite información respecto a las notas de corte y becas para los estudiantes de grado.

Respecto a esta dimensión, se sugieren las siguientes mejoras:

1. En todo caso, se recomienda abreviar el procedimiento de entrada a la información específica del grado.
2. Se recomienda hacer accesible información destinada a estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de discapacidad, en particular, información relativa a los servicios de apoyo y asesoramiento para estos estudiantes, así como la existencia de adaptaciones curriculares.
3. Se sugiere publicar un breve resumen explicativo de las competencias que obtienen los estudiantes cursando el presente grado.
4. Se recomienda incluir en la página web, como parte de la información pública del título, los principales indicadores de resultados disponibles (número de estudiantes matriculados, tasa de éxito,..), como información complementaria útil para los futuros estudiantes.
5. Las normas generales de admisión y matrícula están en un enlace en la web que no funciona:
(<http://www.um.es/web/economiayempresa/contenido/estudios/grados/marketing/como-estudiar>)
6. Se recomienda contextualizar con una explicación introductoria a la memoria de verificación.
7. No se ha encontrado publicado el informe de evaluación previo a la verificación emitido por ANECA.

Dimensión 2. El estudiante

En la dimensión 2 la información es, en general, adecuada y suficiente con una estructura homogénea para las guías docentes.

Sin embargo:

1. En alguna guía docente se ha detectado la falta de referencias bibliográficas, como es el caso de "Introducción a la economía".
2. El enlace "Aulas" está vacío y no dirige a ningún sitio. Se recomienda fusionar los apartados horarios y aulas en un único enlace que funcione.
3. En cuanto a los sistemas de evaluación, estos están detallados pero en algunos casos difieren ligeramente de las ponderaciones existentes en la memoria de verificación.
4. Como aspecto a mejorar, habría que destacar que, en el tema de movilidad, la página web del grado redirige a los interesados a la información de la Universidad. En esta línea, sería adecuado que en la primera entrada a este apartado hubiera más detalle sobre las universidades a las que pueden ir los estudiantes porque existen convenios firmado. Lo mismo ocurre con las prácticas externas donde, además, el único enlace que funciona es el del Grado de Economía (se recomienda que habilite para el grado en Marketing).
5. La información sobre el profesorado es suficiente pero se sugiere incluir en las guías docentes un enlace a la página web del profesor o ampliar la información sobre las características académicas más relevantes del mismo.

Dimensión 3. El funcionamiento

El funcionamiento del sistema interno de garantía de calidad es positivo por cuanto se evidencia una asiduidad en las reuniones sobre temas de calidad reflexionándose sobre los aspectos relevantes.

En términos generales, la composición y funcionamiento de la Comisión de Calidad son adecuados, sin embargo se sugiere que se mejoren los siguientes aspectos:

1. No hay evidencias de que se haya analizado la información relativa a la satisfacción de estudiantes, personal de administración y servicios y personal docente e investigador, prácticas, movilidad o incidencias. En cuanto a las acciones de mejora, aparece una propuesta muy general a la que le faltan medidas concretas.
2. No se han localizado los procedimientos de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y el profesorado.
3. Se recomienda reflexionar sobre el tipo de información pública que se va a

publicar en la web en relación con los indicadores de resultados del título (número de estudiantes matriculados, tasa de éxito, etc..).

Dimensión 4. Resultados de la formación

Con la información disponible solo para un año es difícil realizar una valoración de los resultados del título. Se recomienda justificar las tasas obtenidas y contextualizar el aumento en el número de estudiantes que acceden al grado.

Madrid, a 28 de septiembre de 2012

EL DIRECTOR DE ANECA



Rafael van Grieken