

## INFORME FINAL

# EVALUACIÓN PARA RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN

**(segunda renovación de la acreditación)**

Denominación del Título	Graduado o Graduada en Comercio y Marketing por la Universidad de Oviedo
Universidad (es)	Universidad de Oviedo (UO)
Centro (s) donde se imparte	Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales "Jovellanos"
Menciones/Especialidades que se imparten en el centro	NO APLICA
Modalidad (es) en la se imparte el título en el centro. En su caso, modalidad en la que se imparten las distintas menciones/especialidades del título	PRESENCIAL

ANECA conforme a lo establecido en el artículo 27.bis del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, en la modificación introducida por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, ha procedido a realizar la evaluación para la renovación de la acreditación del título universitario oficial arriba citado.

La evaluación del título llevada a cabo por la Comisión de Acreditación de ANECA de forma colegiada ha considerado tanto el informe emitido por los expertos externos que realizaron la visita a la universidad, como el resto de la información disponible del título.

Una vez otorgado el plazo de 20 días para la presentación de alegaciones y/o plan de mejoras al informe provisional de renovación de la acreditación remitido a la universidad, dicha Comisión de Acreditación emite el siguiente informe final de renovación de la acreditación.

## CUMPLIMIENTO DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN

### DIMENSIÓN 1. LA GESTIÓN DEL TÍTULO

#### CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

Estándar:

El programa formativo está actualizado y se ha implantado de acuerdo a las condiciones establecidas en la memoria verificada y / o sus posteriores modificaciones.

#### VALORACIÓN DEL CRITERIO

El Grado en Comercio y Marketing (COM) por la Universidad de Oviedo fue verificado en el año 2010 en fecha 26/03/2010. El título se sometió al proceso de primera renovación de la acreditación en el curso 2015-2016, obteniendo un Informe Favorable de Renovación de la Acreditación por parte de ANECA de fecha 25/02/2016.

Este título se imparte en la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos localizada en Gijón. En dicho Informe Favorable de Renovación de la Acreditación se destacaba que el desarrollo del título cumplía satisfactoriamente, tanto en lo referente a la implantación del título como a la organización docente, con las condiciones establecidas en la Memoria Verificada.

Con el objetivo de mejorar el despliegue del plan de estudios y la secuenciación de las asignaturas se han ido implementando varias modificaciones ya recogidas en la última memoria verificada del título aprobada por ANECA.

Adicionalmente, en el año 2020 se solicitó, a iniciativa de la Comisión de Calidad de la Facultad previa reunión con los estudiantes de cuarto curso, la modificación del Plan de Estudios del Grado. Dicha modificación supone una reorganización de los contenidos de las asignaturas de matemáticas, sin modificación de su número ni tipo, ni de los créditos totales ni de cada tipo, ni de las competencias ni del total de créditos optativos ofertados en el Grado. Asimismo, se desvincula la asignatura optativa de cuarto curso, Matemática Comercial y Financiera, de la ofertada en el Grado en Turismo y se cambia el nombre de una asignatura obligatoria, pasando de Métodos Cuantitativos de Decisión a Métodos Matemáticos y Financieros de Decisión. Finalmente, también se solicita la actualización de una serie de datos a lo largo de la Memoria Verificada relativos al sistema de garantía de calidad, el procedimiento de adaptación o los recursos materiales y servicios disponibles, entre otros.

De acuerdo con lo descrito en la Memoria Verificada, el plan de estudios del título se compone de un total de 240 ECTS, de los que 60 ECTS son de formación básica, 120 ECTS son de carácter obligatorio, dentro de los cuales se incluyen las prácticas externas, y 60 ECTS son de naturaleza optativa. Las asignaturas que conforman el plan de estudios se agrupan en 14 materias. La enseñanza se realiza en régimen presencial y se imparte en castellano, inglés, francés y alemán. El informe favorable de ANECA a los cambios mencionados anteriormente se recibió con fecha del 4 de enero de 2021.

Así, por ejemplo, en la memoria verificada se dice que en el primer semestre del primer curso se cursarán cinco asignaturas de las áreas de Economía, Estadística, Matemáticas, Historia y Derecho. Sin embargo, en la planificación publicada en la página web la asignatura del área de Historia aparece en el segundo semestre, cambiando una asignatura de empresa del segundo semestre al primero.

Las guías docentes que aparecen en la Web contienen diferencias respecto a las competencias que se presentan en la memoria verificada. Por ejemplo, en la asignatura Sociología se ha omitido la competencia CE5. En otras asignaturas se habla del modelo de Evaluación Diferenciada aplicable a los regímenes de dedicación parcial, semipresencial y no presencial tiene tres elementos, cuando el título es presencial (ver por ejemplo la asignatura de Métodos Matemáticos y Financieros de la Decisión). Además, en la memoria verificada existen competencias generales (CG), específicas (CE) y resultados del aprendizaje (RA) que no aparecen en la guía docente de las asignaturas que componen ciertos módulos. A continuación, se expone un ejemplo de ello: Materia 5- Historia (compuesta por la asignatura de Historia Económica y Social).

Tras revisar la guía docente de la asignatura se observa, por un lado, que no recoge ningún resultado del aprendizaje, mientras que en la memoria verificada se recogen los siguientes resultados de aprendizaje: RA05.1 (Conocer e identificar cómo se han combinado los distintos modos de concretarse la preferencia social dentro de cada sistema económico), RA05.2 (Comprender y distinguir los fenómenos económicos del presente a través del conocimiento de la evolución económica del pasado), RA05.3 (Conocer y analizar la estructura y el funcionamiento de los sistemas e instituciones políticas y su potencial influencia sobre la actividad económica) y RA05.4 (Valorar e interiorizar la diversidad, la multiculturalidad y los valores propios de un estado democrático).

Por otro lado, que no aparece referencia alguna a las competencias generales CG2 (Capacidad de comunicación fluida oral y escrita en lengua nativa), CG13 (Reconocimiento a la diversidad y la multiculturalidad), CG23 (Integrar los valores democrático y de la cultura de la paz en el ámbito del trabajo), CG24 (Integrar los principios de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres en el ámbito de trabajo) y CG25 (Integrar los principios de igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas discapacitadas en el ámbito de trabajo).

Además, es preciso resaltar que en la guía docente de la asignatura aparecen competencias generales que no se recogen en la memoria verificada. Estas son: CG14 (Razonamiento crítico) y CG16 (Adaptación a las nuevas situaciones).

Por último, destacar que en la memoria verificada aparece para cada materia el concepto de competencia transversal, pero para ninguna asignatura se especifica, en la memoria verificada, alguna competencia transversal (es decir, el espacio disponible para nombrarlas aparece en blanco). En vistas a lo anterior, existe disparidad entre las competencias (generales y específicas) que se encuentran en la memoria verificada de ciertas materias y las que aparecen en las guías docentes de las asignaturas que conforman esas materias. Por ello, la implantación de las materias/asignaturas no se corresponde con lo establecido en la memoria verificada.

Sin embargo, el equipo directivo aclara en la reunión con el Panel de Expertos que, en el Grado en Comercio y Marketing, la docencia de todas las asignaturas es presencial. En la visita, el equipo directivo también informa de que las guías docentes de los grados impartidos en el centro son revisadas por parte de la comisión de calidad. Las posibles divergencias son corregidas por los coordinadores de las asignaturas y la información se actualiza en la página web de cada uno de los grados.

En la última versión de la memoria verificada se establece un número máximo de estudiantes de nuevo ingreso por curso académico de 200, límite máximo que aparece reflejado en la página web de la Universidad de Oviedo. Solamente en el curso 2016-2017 se ha superado el número de estudiantes de nuevo ingreso (213).

La coordinación del título se lleva a cabo en diferentes niveles: - Las reuniones periódicas del responsable de ordenación académica del centro con quienes asuman la coordinación del Grado o el profesorado responsable de las distintas asignaturas. - Las reuniones periódicas del Vicedecano de Estudiantes con los delegados de cursos de cada grupo. - La Comisión de Docencia del Centro, constituida por el equipo decanal, un representante de cada departamento y cuatro estudiantes. - La Comisión de Calidad del Centro, formada por los colectivos implicados en el título (PDI, PAS, estudiantes). - El Coordinador de Grado que, junto con los vicedecanos de la Facultad, velarán por la coordinación horizontal y vertical y por la coherencia de la formación ofrecida a lo largo de los diferentes cursos.

De acuerdo con la Memoria Verificada, el título tiene mecanismos de coordinación a través del Coordinador del Grado, Comisión de Docencia del Centro y Comisión de Calidad. La página web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos, en el apartado Organización, detalla la relación de coordinadores de los diferentes grados ofertados, así como sus datos de contacto e igualmente, se especifican las funciones de dicha figura. El Coordinador del Grado se reúne con los coordinadores de las asignaturas y con los delegados de grupo. El Coordinador se reúne con los estudiantes periódicamente al objeto de detectar posibles disfunciones surgidas en el desarrollo general de la docencia y/o de los procesos de evaluación. Se aportan evidencias de la realización de estas reuniones desde el curso 2019-2020.

Por otra parte, la Comisión de Garantía de Calidad (CGC) participa en las labores de coordinación, seguimiento y control del título, así como en el Informe de Seguimiento que desarrolla el equipo de evaluación del centro. Específicamente, entre otras funciones, revisa cada año las guías docentes de todas las asignaturas de cada grado, haciendo especial hincapié en que las asignaturas se ajusten a las competencias y resultados de aprendizaje que vienen recogidas en la Memoria de Verificación del Grado, que los sistemas de evaluación sean coherentes y queden muy bien definidos, y que haya un cronograma donde quede claramente reflejada una adecuada carga del estudiante tanto presencial como no presencial. No se evalúa en los informes de seguimiento del título la satisfacción general del estudiante con la coordinación del título sólo con las asignaturas de manera individual.

Los estudiantes también reportan que la carga de algunas asignaturas no está proporcionada al número de créditos de la asignatura.

En la información recogida en los informes anuales de satisfacción en el apartado relativo al programa formativo, los estudiantes otorgan un valor medio de 7,78 en una escala de 0 a 10, en el período 2015-2016 a 2019-2020.

El perfil de ingreso al Grado se encuentra publicado en la Web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos en el apartado Información académica. Allí se recogen tanto las competencias y habilidades que deben presentar los estudiantes que deseen cursar estos estudios, como un resumen de su contenido y salidas profesionales, además de su estructura y duración. Además, en la página web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos se encuentra publicada una guía de acceso específica para el Grado en Comercio y Marketing, en la que se realizan recomendaciones previas a los estudiantes de nuevo ingreso y se les informa sobre distintos

aspectos del plan de estudios, matrícula, reconocimientos y adaptaciones, organización docente y demás cuestiones del régimen académico. El procedimiento de admisión, los criterios de valoración y el orden de prelación en la adjudicación de plazas se establecen por acuerdo del Consejo de Gobierno de la Universidad de Oviedo.

El único requisito específico es que el nivel exigido para la admisión aparte de la legislación vigente es acreditar el nivel B1 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.

La Memoria Verificada describe el Sistema de Transferencia y Reconocimiento de Créditos de la Universidad de Oviedo, por el que se aprueba el Reglamento de Reconocimiento y Transferencia de Créditos y de Adaptación. La normativa universitaria relativa al reconocimiento de créditos es pública y accesible en la página web de la Universidad de Oviedo.

En el intervalo 2015-2020 solicitaron reconocimiento de créditos un total de 287 estudiantes, de los cuales, 85 procedían de Ciclos Formativos de Grado Superior, 26 contaban con experiencia laboral y profesional y 16 solicitaron reconocimiento por la realización de actividades culturales.

En la modificación del plan de estudios del Grado (informe de evaluación favorable de ANECA de 04/01/2021), se modificó el número máximo de reconocimiento de créditos cursados en enseñanzas superiores oficiales no universitarias, al haberse incorporado nuevos CFGS que dan lugar a reconocimiento de un mayor número de créditos de los que figuraban. Asimismo, se modifica el número máximo de reconocimiento de créditos cursados en títulos propios.

La universidad se compromete en el Plan de Mejoras que presenta tras la recepción del Informe Provisional de la Segunda Renovación de la Acreditación a:

- Actualizar la información publicada en la página web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos relacionada con el plan de estudios correspondiente al Grado en Comercio y Marketing para que concuerde con la información recogida en la memoria verificada vigente de esta titulación.
- Comprobar por parte de la Comisión de Calidad de la Facultad si se han corregido todas las desviaciones entre la memoria verificada, las guías docentes y la información publicada sobre el título en la página web.
- Mantener y potenciar las reuniones que, desde el año 2019, se realizan con los delegados/as de alumnos/as en materia de contenidos y asignaturas. Estas reuniones, convocadas por el Decano y el Secretario Académico de la Facultad, permiten obtener una valoración de carácter cualitativo que abarque el conjunto de la titulación, es decir, su organización y desarrollo a lo largo de los cuatro años. Permiten detectar aquellas asignaturas en las que, en función de la percepción de los/as estudiantes, puede ser conveniente realizar alguna modificación en su planificación, metodología docente y/o sistema de evaluación.
- Observar la revisión que la Comisión de Calidad del centro realiza de las guías docentes de cada titulación impartida en la Facultad, si las actividades que son propuestas a los/as estudiantes para la obtención de la evaluación continua y evaluación final son coherentes y apropiadas a los créditos de cada una de las asignaturas.

## CRITERIO 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

Estándar:

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 DEL CRITERIO

La página web del Grado recoge información suficiente sobre las características del título.

La información sobre el carácter oficial del título se encuentra publicada en la página web de la universidad donde aparece el enlace al Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT), así como enlaces al BOE y al Boletín Oficial del Principado de Asturias, en donde se autoriza la implantación del título. Mediante un enlace a la página web de la Unidad Técnica de Calidad, se puede consultar la última memoria verificada, así como los informes de verificación, modificación, seguimiento y renovación de la acreditación que ANECA ha emitido en relación con este título.

Las diferentes normativas pueden ser consultadas a través de un enlace a la página web de la Facultad de Comercio, Turismo y CC. Sociales. La página web del Sistema de Garantía de Calidad ofrece información sobre la composición de la Comisión de Calidad de la Facultad. También se facilita un enlace a la Unidad Técnica de Calidad de la Universidad de Oviedo, en donde figuran los informes de seguimiento interno que recogen los principales indicadores del título. La información sobre la composición de la Comisión de Calidad del título también es pública.

El enlace al Servicio de Atención a personas con necesidades específicas (ONEO) se encuentra disponible en la Web del Grado dentro del apartado “enlaces relacionados”.

Los estudiantes matriculados en el Grado en Comercio y Marketing tienen acceso a la información relevante de dicho título a través de la página web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos. En concreto, en el enlace Información académica se accede a los distintos grados impartidos en el centro, títulos de máster ofertados, títulos propios, normativa e información relacionada con los trabajos de fin de grado, distribución de grupos en cada grado, horarios y calendario de exámenes y acceso a la encuesta general de enseñanza.

Accediendo a la Web específica del Grado, los estudiantes disponen de la guía de acceso, en la que se ofrece información de utilidad a aquellos estudiantes que se matriculan por primera vez y a quienes poseen el título de Diplomado en Ciencias Empresariales por la Universidad de Oviedo y desean cursar el Grado.

La valoración media de los estudiantes, sobre la información recibida del programa y el plan de trabajo

del Grado, en una escala de 0 a 10, son las siguientes de 7,7 en el curso 2015-2016, 7,7 en el curso 2016-2017, 7,8 en el curso 2017-2018, 7,9 en el curso 2018-2019 y de 7,8 en el último periodo 2019-2020.

### CRITERIO 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC)

Estándar:

La institución dispone de un sistema de garantía interna de la calidad formalmente establecido e implementado que asegura, de forma eficaz, la calidad y la mejora continua de la titulación.

#### VALORACIÓN DEL CRITERIO

La información disponible respecto al SGIC evidencia que están implantados los procesos de calidad y que se accede a los mismos en la página web de la universidad. El Grado tiene disponibles aquellos procedimientos que facilitan el análisis y la mejora de la satisfacción de estudiantes, egresados y profesorado.

En el periodo bajo evaluación hay disponibles cinco informes de seguimiento anual correspondientes a los cursos 2015-2016 al 2019-2020, en los cuales se recogen las reflexiones del análisis del título.

El Grado en Comercio y Marketing por la Universidad de Oviedo, tiene disponibles los informes sobre la evolución de los indicadores de resultados del título y de rendimiento académico, donde se analiza y valora la calidad de la enseñanza y la inserción laboral de los egresados. Se analiza también la satisfacción con la formación recibida y la evaluación de la satisfacción de los distintos grupos de interés (estudiantes, egresados y profesorado).

Los informes sobre la satisfacción de la enseñanza muestran una tasa de respuesta de los estudiantes baja. Sobre la satisfacción de egresados, se dispone de los informes anuales de egresados (satisfacción e inserción), con buenos resultados de participación y de satisfacción. En cuanto a calidad de las prácticas externas se evidencia el seguimiento de la satisfacción de las mismas en los informes de seguimiento anuales. También existen datos sobre la satisfacción con la movilidad del Grado. El SGIC de la Universidad de Oviedo también tiene implementado un procedimiento para la atención a sugerencias y reclamaciones.

Se evidencia que hay una revisión de las recomendaciones del Informe de Renovación de la Acreditación que ha tenido el Grado. En los informes de seguimiento anuales, se puede comprobar el grado de cumplimiento de las mejoras detectadas en los anteriores seguimientos del Grado.

Con toda la información disponible, informes y evidencias, los responsables del Grado en Comercio y Marketing por la Universidad de Oviedo continúan analizando los aspectos a mejorar, recogidos en los informes de Verificación, Seguimiento y Acreditación emitidos por ANECA y han puesto en marcha acciones de mejora como resultado de dicho análisis.

El Equipo directivo manifiesta que las sugerencias de los estudiantes se recogen en el consejo de delegados. Posteriormente, son evaluadas por el equipo decanal y la dirección que son los que elevan

la petición al órgano correspondiente para tomar las medidas necesarias que solventen el problema. El equipo directivo reconoce que la encuesta que se utiliza para elaborar los informes sobre la evolución de los indicadores de resultados del título y de rendimiento académico no cuenta, para el caso de los estudiantes y profesores, con un ítem en el que se mida de forma global la satisfacción con el título, sino que esta se construye a partir de la composición de otros ítems.

## DIMENSIÓN 2. RECURSOS

### CRITERIO 4. PERSONAL ACADÉMICO

Estándar:

El personal académico que imparte docencia es suficiente y adecuado, de acuerdo con las características del título y el número de estudiantes.

#### VALORACIÓN DEL CRITERIO

El personal académico del título es adecuado y se ajusta a lo comprometido en la memoria verificada, con los ajustes realizados desde que se produjo la primera verificación. Se observa que la participación del profesorado en el título ha fluctuado en un rango entre 86 y 79 en el periodo que abarca los cursos 2014-2015 a 2019-2020, fluctuando en el número de profesores doctores entre 87 y 107. Respecto a la naturaleza y evolución del profesorado en el curso 2015-2016 a 2019-2020, se aprecia que el profesorado funcionario ostenta una posición dominante, siendo de un 48,60% de los créditos impartidos a lo largo del periodo. El peso relativo de los profesores asociados experimenta una evolución creciente, siendo su participación de 29 profesores asociados en el curso 2019-2020, frente a 7 en el curso 2014-2015. Del total de profesores que han impartido docencia en el título en el año 2019-2020 han sido 8 catedráticos, 2 catedráticos de escuela universitaria; 32 profesores titulares de universidad, 10 profesores titulares de escuela universitaria, 9 profesores contratados doctor, 8 ayudantes doctores, 4 profesores colaboradores, 4 pertenecientes a otras figuras, 4 laboral interino y 29 asociados. La mayor parte de la docencia se impartió durante el curso 2019-2020 por profesores permanentes.

El profesorado de la docencia en el Grado en Comercio y Marketing se adscribe a las áreas de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados, Derecho Civil, Derecho Financiero y Tributario, Derecho Internacional Privado, Derecho Internacional Público y Relaciones Internacionales, Derecho Mercantil, Economía Aplicada, Economía Financiera y Contabilidad, Estadística e Investigación Operativa, Filología Alemana, Filología Francesa, Filología Inglesa, Fundamentos del Análisis Económico, Historia e Instituciones Económicas, Lenguajes y Sistemas Informáticos, Organización de Empresas, Psicología Social, Sociología y Trabajo Social y Servicios Sociales. De ello se desprende un importante nivel de interdisciplinariedad del título.

El número de profesores vinculados al título es adecuado, manteniéndose una ratio de número de

estudiantes por profesor bastante constante a partir del curso 2017-2018, siendo de 6,8 en el curso 2019-2020. Los sexenios han evolucionado en el conjunto de profesores desde el curso 2014-2015 de 50 a 62 en el curso 2019-2020 y los quinquenios de 247 el curso 2014-2015 a 257 el curso 2019-2020. Entre los cursos 2014-2015 y 2019-2020, un total de 134 profesores han participado en un total de 85 proyectos de investigación competitivos, internacionales, nacionales, autonómicos y locales. En el curso 2019-2020, un 9,8% del profesorado con docencia en el Grado ha participado en 38 Proyectos de Innovación Docente. El porcentaje máximo de participación en actividades de movilidad por parte del profesorado se alcanzó en el curso 2017-2018, siendo del 7%. A partir de dicho periodo se reduce, siendo tan sólo del 2% en el curso 2019-2020.

El grado de satisfacción de los estudiantes con el profesorado muestra que la valoración media de los estudiantes alcanza una nota de 7,9 en una escala de 0 a 10 en los cursos 2016-2017 a 2019-2020.

## CRITERIO 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Estándar:

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 de enseñanza y aprendizaje del título, número de estudiantes matriculados y competencias a adquirir por los mismos.

### VALORACIÓN DEL CRITERIO

La Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos está integrada en la Administración del Campus de Gijón. Se cuentan con servicios de apoyo informáticos y apoyo logístico para acciones de movilidad, así como para otras acciones de funcionamiento del Campus. El PAS tiene acceso a cursos de formación.

En la audiencia con el panel de expertos, el profesorado valora positivamente los servicios prestados por el personal de apoyo.

Los recursos materiales con los que cuenta la Facultad son suficientes para el desarrollo del Grado.

De la información reflejada en los informes anuales de la encuesta general de la enseñanza se desprende que el porcentaje de estudiantes que consideran buenas las condiciones físicas en las que se desarrollan las clases teóricas es del 64,4% en el curso 2015-2016, del 52,2% en el curso 2016-2017, del 47,4% en el curso 2017-2018, del 51,2% en el curso 2018-2019 y del 52,7% en el curso 2019-2020.

Los profesores, por su parte, en dicho intervalo temporal, opinan del mismo modo en los porcentajes 46,8%, 52,1%, 54,8%, 59% y 48,1%. Por otra parte, en una escala de 0 a 10, el profesorado manifiesta una valoración media de 8,2 respecto del nivel de adecuación de las infraestructuras para el desarrollo de las prácticas.

En la visita, el equipo directivo confirmó al panel que las instalaciones del centro facilitan el acceso a personas con movilidad reducida.

Los estudiantes del Grado en Comercio y Marketing de la Universidad de Oviedo cuentan con servicios de apoyo y orientación académica, profesional y de movilidad. En el momento de su matriculación en el Grado, la Web general de la Universidad, en el enlace acceso y ayudas, pueden consultar información relacionada con los trámites burocráticos, tales como certificaciones y títulos, convocatorias, evaluación, incidencias, matriculación y preinscripciones, reconocimiento de créditos y otros aspectos. De forma adicional, en la página web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos, en el enlace estudiantes, se da a conocer el Plan de Acción Tutorial, iniciado en el curso 2014-2015 y estructurado en tres etapas: acogida e integración, seguimiento académico y culminación de estudios. Otra línea de actuación es el Curso de Acogida y Orientación a través del Campus Virtual, también gestionado por el coordinador del Plan de Acción Tutorial, cuyo objetivo es informar y motivar la participación de los estudiantes en la elección de delegados y en la elaboración de la Encuesta General de la Enseñanza.

En la reunión mantenida el panel de expertos con el equipo directivo se informa que el funcionamiento del plan de acción tutelar no es el deseado y debe revisarse. Prueba de ello es la escasa demanda de sus servicios por parte de los estudiantes. En la reunión mantenida con los profesores afirmaron que a los estudiantes se les informa sobre el PAT a través de un correo electrónico e igualmente se llevan a cabo reuniones informativas sobre aspectos relacionados con los trabajos fin de grado y las prácticas externas. Sin embargo, en el panel de estudiantes y egresados, éstos afirmaron no conocer la existencia de dicha figura.

En lo referente a la orientación laboral, los estudiantes acceden a información a través igualmente de la Web de la propia universidad. Además, la Universidad de Oviedo cuenta con una agencia de colocación, autorizada por el Servicio Público de Empleo del Principado de Asturias, y presta servicios de intermediación laboral de forma gratuita. Sin embargo, los estudiantes y egresados que intervinieron en la visita no tenían información sobre el servicio de orientación laboral ofrecido por el centro.

En relación con la movilidad, la Universidad de Oviedo ofrece apoyo y orientación a través de los servicios descritos en su Web general, dentro del enlace internacional. Los estudiantes del Grado cuentan con los programas Erasmus grado, Erasmus prácticas, movilidades de convenio de grado (para realizar estancias fuera de Europa), cursos de verano, el programa Tándem de alemán en Bochum y lectorados. La información relativa a los distintos programas de movilidad también se encuentra disponible en la página web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos, en el enlace movilidad. Entre los cursos 2014-2015 a 2019-2020, el número de plazas ofertadas fue de 777, de las cuales, fueron cubiertas 279. El porcentaje de estudiantes que manifiestan estar muy satisfechos con la experiencia de movilidad Erasmus fue del 74,5%, 77%, 18%, 72,5% y 54%, respectivamente.

En el Grado en Comercio y Marketing en la Universidad de Oviedo, las prácticas externas son de carácter obligatorio y cuentan con una carga lectiva de 12 ECTS.

Se ofertan en 4º curso y se enmarcan dentro del módulo 7, competencias transversales, tal y como se detalla en la Memoria Verificada. La evaluación de las Prácticas Externas se rige por el Reglamento de la Universidad de Oviedo, según el cual el tutor académico emitirá un informe de valoración de las prácticas teniendo en cuenta: 1. El seguimiento realizado al estudiante durante el período de realización de las prácticas; 2. La memoria final presentada por el estudiante y 3. El informe de valoración del tutor por parte de la empresa. En la Web del centro, en el apartado Información Académica, los estudiantes pueden acceder al enlace Prácticas Empresa, en donde se facilita información relativa a la tipología de las prácticas externas, las normas generales, el proceso de matriculación y los documentos necesarios

para su desarrollo.

En lo que respecta a la valoración de las prácticas externas por parte de los estudiantes, de acuerdo con la información contenida en los informes de satisfacción de prácticas externas, los estudiantes conceden a la asignatura Prácticas externas una nota media de 4,47, en una escala de 1 a 5, en el período comprendido entre 2016-2017 a 2019-2020. Como información adicional, los estudiantes reflejan en las actas de seguimiento una escasa oferta de prácticas externas y solicitan una mejor información sobre las mismas, y se solicita que no sea cada estudiante quien deba buscar las prácticas, sino con más apoyo de la Facultad y anticipar la reunión informativa sobre las prácticas al final de cada curso, en lugar de realizarla al inicio del siguiente.

La universidad se compromete en el Plan de Mejoras que presenta tras la recepción del Informe Provisional de la Segunda Renovación de la Acreditación a:

- Mantener dos reuniones por curso, dentro del Plan de Acción Tutorial de la Facultad para informar y orientar sobre prácticas externas. Estas reuniones pretenden asegurar que el alumnado conozca de forma precisa las ofertas de prácticas externas, tanto obligatorias como voluntarias, y los procesos de asignación, incluyendo los programas de prácticas internacionales.
- Intensificar la difusión otorgada a la oferta de prácticas externas entre los/as estudiantes, a través de medios como la página web de la Facultad y el correo electrónico de los alumnos ya que por término medio las dos terceras partes de las Prácticas Externas son asignadas por la Facultad bajo la gestión de la Vicedecana de Prácticas y Trabajos Fin de Grado a partir de la oferta existente. Dicha oferta se publica a través de SIES (Sistema de Gestión Académica de la Universidad de Oviedo) para que pueda ser consultada por los/as estudiantes.
- Difundir el documento actualizado que regula el Plan de Acción Tutorial (PAT), aprobado por el Equipo Decanal (15/02/22) y por la Comisión de Docencia del centro (03/03/22). Esta actualización cuenta además con una versión del documento para estudiantes, más resumida, de manera que capte mejor su atención y que aparece publicada en la página web de la Facultad.
- Presentar el PAT por parte de los/as Coordinadores/as de Grado en las aulas para los/as estudiantes de primer curso de las diferentes titulaciones impartidas en el centro. Esta iniciativa complementa otras acciones de difusión del PAT llevadas a cabo en las Jornadas de Puertas Abiertas o en la Jornada de Acogida a estudiantes de nuevo ingreso.

## **DIMENSIÓN 3. RESULTADOS**

### **CRITERIO 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

Estándar:

Los resultados de aprendizaje alcanzados por los egresados son coherentes con el perfil de egreso y se corresponden con el nivel del MECES (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) de la titulación.

#### **VALORACIÓN DEL CRITERIO**

Las metodologías docentes y los sistemas de evaluación recogidos en las guías docentes de las asignaturas que componen el plan de estudios son adecuados y permiten realizar el seguimiento de los estudiantes y, en general, alcanzar los resultados de aprendizaje previstos.

Se aprecia una evolución creciente a partir del curso 2016-2017 de la nota de los estudiantes, siendo la nota media de 6,8 en el curso 2015-2016, de 6,75 en el curso 2016-2017, de 6,85 en el curso 2017-2018, de 6,96 en el curso 2018-2019 y de 7,06 en el curso 2019-2020, todas ellas en una escala de 0 a 10.

El plan de estudios del Grado en Comercio y Marketing en la Universidad de Oviedo incluye la asignatura Trabajo Fin de Grado, dentro del Módulo 7: competencias transversales. Toda la información relativa al Trabajo fin de Grado se encuentra accesible en la página web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos, en el enlace Información académica. En el curso 2019-2020 se han defendido un total de 145 trabajos fin de grado, alcanzando una nota media de 8,46, en una escala de 0 a 10. Su tutorización se ha llevado a cabo mayoritariamente por profesores adscritos al departamento de Administración de Empresas.

Los resultados de aprendizaje alcanzados en el título satisfacen los objetivos del programa formativo y se adecúan a su nivel en el MECES 2.

## CRITERIO 7. INDICADORES DE RESULTADOS

Estándar:

Los resultados de los indicadores del programa formativo son congruentes con el diseño, la gestión y los recursos puestos a disposición del título y satisfacen las demandas sociales de su entorno.

### VALORACIÓN DEL CRITERIO

La memoria verificada del título establece los siguientes indicadores objetivos: tasa de abandono (15%), tasa de eficiencia (45%) y tasa de graduación (15%). En el caso del Grado, respecto a la tasa de abandono de los cursos 2013-2014, 2014-2015, 2015-2016 y 2016-2017 alcanzan valores por encima de esta cifra: 36,2%, 35,8%; 37,8% y 39%, respectivamente. Los datos de la evidencia mencionada muestran tasas de graduación del 38,3%, 31,7% y 31% para los cursos, 2013-2014, 2014-2015 y 2015-2016. Estas cifras se sitúan por encima del objetivo del 15% fijado en la memoria verificada y no se proporcionan datos de cursos posteriores. La tasa de eficiencia ha sido, para el curso 2016-2017 de un 89%; el curso 2017-2018 de un 86,4%, el curso 2018-2019 de un 86,8% y el curso 2019-2020 de un 87,3%. En todo el periodo las tasas de eficiencia son superiores a las comprometidas en la Memoria Verificada (45%). La tasa de rendimiento ha fluctuado entre el 72,5% (en el curso 2016-2017) y el 81,8% (en el curso 2019-2020). En cuanto a la tasa de éxito, ha variado entre el 83,1% (en el curso 2016-2017) y el 90,9% (en el curso 2019-2020), por encima del 80% previsto en la memoria verificada.

Todas las asignaturas presentan una tasa de rendimiento superior al 60%, a excepción de la asignatura de formación básica Matemáticas, con un 40,2%. Su porcentaje de no presentados es del 30,1%, ligeramente superado por el de la asignatura Trabajo Fin de Grado, con una tasa de no presentados del 31%.

En una escala de 0 a 10, las valoraciones sobre el nivel de satisfacción con el Grado por los estudiantes fueron 7,3 (en los cursos 2015-2016 y 2016-2017), 7,7 (en el curso 2017-2018), 7,8 (en el curso 2018-2019) y 7,6 (en el curso 2019-2020). El profesorado, por su parte, otorga las valoraciones de 7,7 (en el curso 2015-2016), 7,6 (en el curso 2016-2017), 7,6 (en el curso 2017-2018), 8 (en el curso 2018-2019) y 7,9 (en el curso 2019-2020).

Como información adicional relevante, cabe mencionar el grado de satisfacción de los egresados con el título, se deduce que la valoración media de este colectivo entre los cursos 2016-2017 y 2018-2019 es de 7,1 en una escala de 0 a 10. De las personas encuestadas, volverían a realizar el mismo título un 81% en el curso 2015-2016, un 67,5% en el curso 2016-2017, un 69,8% en el curso 2017-2018 y un 70% en el curso 2018-2019.

La Web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos, en el enlace dedicado a la descripción del Grado en Comercio y Marketing, detalla las características del perfil de egreso. El perfil de egreso que se oferta en la página web del título coincide con lo establecido en la memoria verificada. Además, la comparativa de la encuesta realizada a los estudiantes que finalizaron los estudios en el curso 2013-2014, muestra que los mismos tienen una satisfacción global de 7,2 sobre 10 en 2018 (6,3 en 2015) con la formación recibida en el Grado en Comercio y Marketing, lo que pone de manifiesto que a medida que pasa el tiempo desde su egreso, los estudiantes parecen tener una mayor satisfacción con el Grado. Por otro lado, se muestra que un elevado número de estudiantes declara que sí volverían a realizar los estudios (62,5% dos años después de egresar y el 81,3% cuatro años después de hacerlo), lo que guarda cierta similitud con los valores de la satisfacción.

El equipo directivo manifestó al panel que se cuenta con la valoración de agentes externos, ya que participan en la Comisión de Garantía de Calidad del centro. Los empleadores intervinientes en la visita constatan que la Universidad ha requerido su participación para la valoración del título.

En la audiencia del panel con los empleadores, éstos afirman que el perfil de egreso y el nivel de competencias es, en general, adecuado y no es necesario incorporar nuevos contenidos. Los empleadores destacan como punto fuerte de los egresados su dominio en el manejo de herramientas informáticas. Por el contrario, indican como aspectos a mejorar un mayor dominio del inglés y algún otro idioma y mayores capacidades de comunicación y acercamiento a la realidad empresarial. En el caso de los egresados, éstos afirmaron que las competencias adquiridas son suficientes y el grado ofrece muchas salidas profesionales. Como aspecto a mejorar se mencionó el nivel de inglés y la falta de coordinación entre algunas asignaturas optativas ya que se producen solapamientos.

Una de las recomendaciones del informe de Primera Renovación de la Acreditación de ANECA de fecha 25-02-2016 era mejorar la calidad del indicador de inserción laboral, dado que no se contaba con un número suficiente de encuestas a egresados. En este sentido, el porcentaje de participación en las encuestas fue del 44,7% en el curso 2015-2016. A partir de dicha fecha, las tasas de participación se han reducido, siendo del 40,4% en el curso 2016-2017, del 40,6% en el curso 2017-2018 y del 40,4% en el curso 2019-2020. Desde el curso académico 2014-2015 la Universidad de Oviedo dispone de un Proceso de Orientación Profesional y Seguimiento de Egresados y su correspondiente Procedimiento de

Gestión asociado. Durante dicho curso se obtuvieron las primeras cohortes del estudiante egresado del título, momento coincidente con la primera renovación de la acreditación del título. Las encuestas recogidas en los informes de egresados revelan los siguientes datos. En el año 2015-2016, se recogieron y analizado un total de 42 encuestas que representaban un 44,7% de participación. De los encuestados se encontraban trabajando un 52,4%, los cuales un 40,9% revelaban que el grado de adecuación de los conocimientos y habilidades adquiridas es bastante o mucho y un 81% estudiaría el mismo grado, y en el caso de los que no estudiarían el mismo grado, el 33,3% opinan que no les han gustado los contenidos del plan de estudios.

En el año 2016-2017, se recogieron y analizado un total de 40 encuestas que representaban un 40,4% de participación. De los encuestados se encontraban trabajando un 47,5%, los cuales un 54,1% revelaban que el grado de adecuación de los conocimientos y habilidades adquiridas es bastante o muy adecuados; y un 67,5% estudiaría el mismo grado y en el caso de los que no estudiarían el mismo grado, el 31,6% opinan que no les ha aportado los conocimientos/habilidades que esperaban.

En el año 2017-2018, se recogieron y analizado un total de 43 encuestas que representaban un 40,6% de participación. De los encuestados se encontraban trabajando un 51,2%, los cuales un 32,1% revelaban que el grado de adecuación de los conocimientos y habilidades adquiridas es de nada en absoluto; y un 69,8% estudiaría el mismo grado, en el caso de los que no estudiarían el mismo grado, el 50% opinan que el grado debería: incluir más contenidos de marketing digital; adecuar los contenidos en base a las nuevas tendencias (sector online); demasiada enfocada a Comercio; debería contener más herramientas aplicadas al mundo laboral; actualizar o ampliar los contenidos del marketing digital.

En el año 2018-2019, se recogieron y analizado un total de 40 encuestas que representaban un 40,4% de participación. De los encuestados se encontraban trabajando un 37,5%, los cuales un 42,1% revelaban que el grado de adecuación de los conocimientos y habilidades adquiridas es de nada en absoluto; y un 70% estudiaría el mismo grado y en el caso de los que no estudiarían el mismo grado, el 36,8% opinan que no les ha aportado los conocimientos/habilidades que esperaban. El 55% de media desarrolla su actividad laboral en Asturias y el porcentaje de hombres y mujeres que trabajan es similar. La universidad se compromete en el Plan de Mejoras que presenta tras la recepción del Informe Provisional de la Segunda Renovación de la Acreditación a:

- Utilizar el estudio desarrollado por la Unidad Técnica de Calidad de la Universidad de Oviedo desde el curso académico 2021/22, que permite conocer los tipos de abandono (forzado, o no, por el régimen de permanencia de la Universidad de Oviedo, y cambio hacia otras titulaciones) para tratar de disminuir la tasa de abandono.
- Llevar a cabo reuniones entre la persona Coordinadora de Grado y los/as coordinadores/as de las asignaturas de la titulación que presenten Tasas de Rendimiento más bajas, posible causa de la elevada tasa de abandono observada en el Grado en Comercio y Marketing.

## MOTIVACIÓN

Una vez valorados los anteriores criterios de evaluación, la Comisión de Acreditación de ANECA emite un informe final de evaluación para la renovación de la acreditación en términos FAVORABLES

Aspectos de especial seguimiento en futuras acreditaciones del título comprometidos en el Plan de Mejoras que presenta la universidad:

Dadas las discrepancias observadas entre la información publicada sobre el título en la página web del mismo y la que aparece en la Memoria Verificada, especialmente en lo relativo a competencias y resultados de aprendizaje, se deben subsanar esas diferencias o en caso de ser más adecuado una modificación de las mismas solicitar una modificación del título a ANECA.

Se establecen las siguientes recomendaciones también comprometidas en el Plan de Mejoras:

Revisar la carga de trabajo de las asignaturas para que esté en proporción con el número de créditos de las mismas.

Reorganizar la organización de las Prácticas Externas para hacerlas más accesibles a los estudiantes.

Potenciar los canales de información del Plan de Acción Tutorial para que sea más visible y cumpla los objetivos para los que se definió.

Continuar con las acciones emprendidas para reducir la tasa alta de abandono que a su vez redundan en una tasa de graduación más elevada que la consignada en la memoria verificada.

En Madrid, a 28/06/2022:



La Directora de ANECA