Proceso de seguimiento externo del título:

Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada

AUTOINFORME DE SEGUIMIENTO EXTERNO.

Anexo 1. Principales aspectos a subsanar del proceso de renovación anterior
Anexo 2. Cuadro de mando

AUTOINFORME DE SEGUIMIENTO EXTERNO

Datos de Identificación del Título	
Universidad.	Universidad de Granada
ID Ministerio.	2501829
Denominación del título.	Graduado o Graduada Marketing e Investigación de Mercados
Curso académico de implantación.	2010/11
Modalidad de enseñanza (presencial, híbrida o virtual).	Presencial
En su caso, créditos prácticos obligatorios.	No procede
Centro o Centros donde se imparte el título.	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
En caso de ser un título conjunto, especificar las universidades donde se imparte.	No procede
En su caso, anteriores convocatorias de renovación de acreditación.	15/12/2016 7/27/2022
En caso de Títulos dobles especificar la titulación y la universidad.	No procede
En su caso, estructuras curriculares específicas.	No procede
Web del título.	https://grados.ugr.es/marketing/

Modelo basado en la "Estructura del Autoinforme para Grado y Másteres" propuesto por la ACCUA para la renovación de la acreditación de Grado y Máster.

DIMENSIÓN 1: GESTIÓN DEL TÍTULO

CRITERIO 1: INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE

1.1. El título publica información completa y actualizada sobre las características del programa y su desarrollo operativo.

El título ofrece información actualizada, accesible y pertinente a través de los canales institucionales establecidos. Cabe destacar, en primer lugar, la página oficial del Grado en Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada (https://grados.ugr.es/marketing/) que recoge información detallada y actualizada sobre por ejemplo: Plan de estudios y guías docentes y normativa académica y reglamentos, calendario académico y horarios, programas de movilidad y prácticas externas, orientación académica y profesional, normas de permanencia, criterios de evaluación y TFG, evaluación, seguimiento y mejora del Grado, noticias académicas de actualidad, entre otros aspectos. Por otro lado, la web de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (https://fccee.ugr.es/) actúa como canal complementario de información sobre servicios generales del centro, procedimientos transversales y calendario institucional. Asimismo, el título y el centro utilizan otros procedimientos adicionales de difusión, como: redes sociales institucionales (Twitter, Instagram, Facebook y LinkedIn) de la Facultad, desde las que se difunden actividades, jornadas, novedades normativas y eventos

relevantes para la comunidad estudiantil, listas de distribución y boletines informativos enviados por correo electrónico a estudiantes y profesorado. Por último, cabe destacar la difusión del grado a través de avisos y noticias en el espacio de coordinación en la plataforma docente PRADO y en la Web del Grado.

Evidencias 1.1.	**Enlace web**
Denominación completa del título en castellano y en aquel otro idioma en que se imparta;	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/presentacion#title0
enciones del título de Grado y Especialidades en el título de Máster;	No procede
Universidades que imparten las enseñanzas en caso de ser títulos conjuntos;	No procede
Modalidad de enseñanza (presencial, híbrida y virtual);	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/presentacion#title0
Número total de créditos;	https://grados.ugr.es/marketing/docencia/plan-estudios
Idioma o idiomas de impartición;	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/presentacion#title0
Número de plazas ofertadas por modalidad y en su caso por cada uno de los centros/universidades en las que se imparte el título,	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/presentacion
Requisitos de acceso y procedimientos de admisión de estudiantes;	https://grados.ugr.es/marketing/estudiantes/acceso-admision
Criterios de reconocimiento y transferencia de créditos;	https://grados.ugr.es/marketing/estudiantes/acceso-admision
Información sobre los programas de movilidad de los estudiantes propios y de acogida;	https://grados.ugr.es/marketing/estudiantes/acceso-admision
Perfiles de ingreso y de egreso a los que se orientan las enseñanzas.	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/presentacion#title0
Denominación de módulos, materias o asignaturas del plan de estudios;	https://grados.ugr.es/marketing/docencia/plan-estudios
Número de créditos ECTS;	
Tipología (básica, obligatoria, optativa, prácticas académicas externas);	https://grados.ugr.es/marketing/docencia/plan-estudios
Información sobre los TFGs	https://grados.ugr.es/marketing/docencia/trabajo-fin-grado
Organización temporal;	https://grados.ugr.es/marketing/docencia/plan-estudios
Descripción de actividades y metodologías docentes, así como de los sistemas de evaluación para cada asignatura incluyendo contenidos docentes e información sobre el profesorado y la persona que la coordina;	https://grados.ugr.es/informacion/guias-docentes-firmadas/2024-2025/grado-marketing-investigacion-mercados
Descripción de los perfiles básicos del profesorado (número de profesores/as, número de doctores/as, categorías y acreditaciones, méritos docentes -en caso de profesorado no acreditado-, méritos de investigación -en caso de profesorado no doctor-, número de quinquenios y sexenios, áreas de conocimiento en las que imparten docencia, número de ECTS asumidos en las materias);	Toda esta información está incluida en UGR en CIFRAS y estamos a la espera de que se haga pública en todas las web de las titulaciones.
Recursos humanos necesarios y disponibles;	https://fccee.ugr.es/facultad/presentacion
Medios materiales y servicios disponibles (espacios docentes, instalaciones y equipamientos académicos, laboratorios, aulas informáticas…);	https://fccee.ugr.es/facultad/presentacion
En caso de prácticas académicas externas, el mecanismo de organización y criterios de elección por parte del alumnado y los convenios o compromisos con entidades, instituciones, organizaciones y empresas incluyendo el número de plazas disponibles.	https://grados.ugr.es/marketing/estudiantes/practicas-empresa
Información sobre la orientación académica y profesional del estudiantado.	https://grados.ugr.es/marketing/estudiantes/orientacion https://grados.ugr.es/marketing/estudiantes/salidas-profesionales

1.2. El título publica información sobre los resultados alcanzados y la satisfacción teniendo en cuenta todos los grupos de interés (profesorado, estudiantado, egresados, empleadores, personal técnico, de gestión y de administración y servicios (PTGAS)).

El título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados (GMIM) publica de forma periódica y actualizada los resultados académicos del estudiantado a través de los informes anuales de seguimiento, accesibles en la web del título (https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/autoinformes-informes-seguimiento-externo) y en la página web del título (https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/indicadores#contenido0). Estos informes incluyen datos relevantes como número de solicitudes, nota de corte, tasas de rendimiento, tasa de éxito, número de matriculados de nuevo ingreso y ratios de solicitud por plaza, desglosados por curso académico. Esta información se encuentra publicada y sistematizada en los autoinformes desde el curso 2018/2019 hasta la actualidad, lo que permite realizar un seguimiento longitudinal de la evolución académica del título. Asimismo, la Comisión de Garantía Interna de Calidad analiza estos indicadores para la toma de decisiones y planificación de mejoras continuas en la organización docente.

El título publica sistemática de los niveles de satisfacción de los diferentes colectivos implicados: estudiantado, estudiantes en prácticas, profesorado, tutores de prácticas, egresados y personal técnico, de gestión, administración y servicios (PTGAS). En los autoinformes de seguimiento anual se incluyen indicadores de satisfacción desde el curso 2018/2019, lo que permite valorar de forma evolutiva la percepción sobre aspectos como la utilidad de la información en la web del grado, el funcionamiento del sistema de reclamaciones, la planificación docente o la gestión del TFG. Estos datos están disponibles en la web del título y son analizados por la Comisión de Garantía Interna de Calidad como base para el diseño de acciones de mejora.

Desde el título de GMIM y en coordinación con la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (FCCEE), se han impulsado varias acciones para conocer y valorar la opinión del tejido empresarial y de los empleadores sobre la adecuación del perfil del egresado a las demandas del mercado laboral. En este sentido, se ha puesto en marcha la acción de mejora SGC-P06-018962, cuyo objetivo es explorar la posibilidad de ofertar nuevas actividades que se ajusten mejor a las necesidades actuales del estudiantado, contando con la participación de empleadores. Esta acción contempla la implicación directa de empleadores en reuniones de la Comisión de Calidad del Centro, así como su participación en actividades vinculadas a la orientación profesional y curricular, a través de PIAT.

En relación con los resultados de satisfacción del título de los empleadores, la Universidad de Granada abrió una acción de mejora con código RA-RES-018184, encaminada a la recogida de información, análisis y difusión en la web de la satisfacción con los empleadores con los distintos programas formativos de la Universidad de Granada, en este aspecto se ha creado un subgrupo de trabajo en el "Grupo de Empleo de CRUE-Asuntos". Como fruto de este estudio se ha hecho público el siguiente informe:https://calidad.ugr.es/sites/vic/calidad/public/inline-files/JORNADAS%20UNIDADES%20DE%20CALIDAD%20NOV%202024.pdf.

No obstante, desde la Universidad de Granada hemos abierto una nueva acción de mejora, encaminada a mejorar la información suministrada a las diferentes titulaciones. Esta acción de mejora ha sido codificada como RA-AS-20573. Como fruto de las actuaciones llevadas para la consecución de la acción de mejora RA-AS-20573 se han hecho público en la página web del título un informe sobre la satisfacción de los empleadores.

Evidencias 1.2.	**Enlace web**
Resultado de la satisfacción de los estudiantes.	Enlace informes de satisfacción: https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/indicadores
Resultado de la satisfacción del PDI.	
Resultado de la satisfacción del personal de apoyo.	
Resultado de la satisfacción de los egresados.	
Resultado de satisfacción de los empleadores.	
Datos y Resultados obtenidos del título: oferta y demanda académica, resultados por asignaturas y globales del programa formativo, estudiantado, personal académico y empleabilidad.	Esta información está pública en la UGR en cifras.

1.3. La institución publica el SGC en el que se enmarca el título, así como todos los resultados de las revisiones realizadas, tanto en el seguimiento como en renovación de la acreditación.

El título de GMIM publica de forma accesible y actualizada la normativa académica aplicable al estudiantado en su página web. En ella se recogen tanto las normativas generales de la Universidad de Granada (evaluación, permanencia, reconocimiento de créditos, TFG, etc.) como las específicas del centro y del título, disponibles en el apartado de plan de estudios, en los enlaces a normativa institucional, y en las guías docentes. Esta información se revisa anualmente desde la coordinación del título y el equipo de calidad del centro, garantizando su adecuación y visibilidad para todos los colectivos implicados.

El título GMIM hace pública información completa y actualizada sobre su Sistema de Garantía Interno de Calidad (SGIC). En la web del grado están disponibles los principales documentos de calidad: la memoria verificada, las modificaciones aprobadas, los autoinformes de seguimiento anual, el plan de mejora, los informes de seguimiento y los informes de renovación de acreditación emitidos por ACCUA. Esta documentación se encuentra accesible desde el apartado de Evaluación, Seguimiento y Mejora de la web del título, así como desde el portal de calidad de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Evidencias 1.3.	**Enlace web**
Memoria verificada y en su caso modificada.	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/memoria-verificacion
Responsables del SGC.	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/comision-garantia
Composición de la Comisión de Calidad Título y los acuerdos adoptados por la comisión.	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/comision-garantia
Procedimientos del SGC.	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/sistema-garantia-calidad
Acciones de mejora puestas en marcha por el SGC.	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/plan-mejora
Normativas académicas de matrícula que recoja el número mínimo de créditos ECTS de matrícula por estudiante y periodo lectivo.	https://saap.ugr.es/admision/grados
Normativa de acceso y admisión.	https://saap.ugr.es/admision/normativa
Normativa de permanencia.	https://www.ugr.es/sites/default/files/2025-01/BOUGR%20260.8.pdf https://www.ugr.es/universidad/normativa/ncs1091-normas-permanencia-estudiantado-ensenanzas-oficiales-grado-master-universitario
Normativa de reconocimiento y transferencia de créditos.	https://grados.ugr.es/marketing/estudiantes/orientacion
Normativa de movilidad.	https://grados.ugr.es/marketing/estudiantes/orientacion
Normativa de evaluación.	http://secretariageneral.ugr.es/bougr/pages/bougr112/_doc/examenes/!
Normativa de prácticas externas.	https://empleo.ugr.es/wp-content/uploads/2019/05/NCG1051.pdf
Normativa de elaboración y defensa de trabajos fin de grado o fin de máster.	https://www.ugr.es/sites/default/files/2023-01/Reglamento%20TFG.pdf https://grados.ugr.es/marketing/docencia/trabajo-fin-grado
Sistemas de apoyo específicos para el alumnado una vez matriculados.	https://ve.ugr.es/servicios/asistencia-estudiantil
Evaluación de la Agencia de la solicitud de verificación.	https://calidad.ugr.es/estudios-grado/titulos/verificacion
Informes de seguimiento y de renovación de la acreditación.	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/autoinformes-informes-seguimiento-externo
Plan de mejora del título.	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/plan-mejora

1.4. Satisfacción del estudiantado y el PDI con la información pública disponible relativa al título.

La valoración global de los indicadores sobre el nivel de satisfacción con la información difundida en la Web del título se observa en la tabla 1.3 (ver Anexo 2). Para el curso 2023/24, la satisfacción del estudiantado con la utilidad y accesibilidad de la información difundida en la Web del GMIM es media-alta (3.64 sobre cinco), ligeramente inferior al del año pasado. Por otra parte, el grado de satisfacción del profesorado con la utilidad y accesibilidad de la información difundida en la Web es alto (4.45 sobre 5).

Evidencias 1.4.	Enlace web
Indicadores de satisfacción	Los indicadores de satisfacción del estudiantado están públicos en: https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/indicadores Además, están disponibles en el "Cuadro de mandos. Indicadores subcriterio 1.3".
Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha.	Apartado 1.4. del presente autoinforme de seguimiento.

RESUMEN CRITERIO 1.

FORTALEZAS DETECTADAS EN EL CRITERIO 1

- Amplia difusión y publicidad del título del GMIM a través de la web.
- Nivel de satisfacción medio-alto con la difusión web del título por parte de los colectivos implicados.
- Amplia disponibilidad de información sobre calidad, seguimiento y mejora del título, así como de normativa y reglamentos.
- Difusión adecuada de las guías docentes y ubicación en tiempo oportuno.
- Adecuada coordinación entre los diferentes vicerrectorados, vicedecanatos y coordinación del título para la actualización de información académica y de calidad.
- Realización de una actualización continua de la web del grado, destacándose las noticias, plazos, procedimientos y documentación más relevante para el estudiantado en banners a la derecha de la página web.
- Refuerzo de la difusión del grado a través de avisos y noticias en el espacio de coordinación en PRADO.
- La web del título se actualiza continuamente y proporciona información sobre plazos, procedimientos, normativa y reglamentos, sobre los indicadores de calidad y seguimiento y mejora del título, así como sobre noticias académicas de actualidad.
- Refuerzo de la difusión del grado a través de avisos y noticias en el espacio de coordinación en la plataforma docente PRADO y en la Web del Grado.

DEBILIDADES DETECTADAS EN EL CRITERIO 1 Y ACCIONES DE MEJORA PUESTAS EN MARCHA (incluir codificación de la AM)

La CGICT no ha identificado puntos débiles en este criterio.

CRITERIO 2: SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

2.1. Responsables del Sistema Interno de Garantía de Calidad y Política de aseguramiento de la calidad

Las Comisiones de Garantía Interna de Calidad de los diferentes grados (CGICT) operan bajo el amparo de la Comisión de Calidad del Centro (CCC) y el Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (FCCEE), quien es el responsable ejecutivo del Sistema de Garantía de Calidad (SGC) en el Centro. El Grado en Marketing e Investigación de Mercados (GMIM) cuenta con una Comisión de Garantía Interna de Calidad del Título (CGICT), encargada de aplicar y supervisar los procesos del Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC). Esta comisión se reúne periódicamente para analizar indicadores, elaborar el plan de mejora, validar los autoinformes anuales de seguimiento y coordinar actuaciones orientadas a la mejora continua del título. Su funcionamiento está regulado por el Reglamento de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (FCCEE), y su composición, actas y funciones están publicadas en la web del grado.
Durante el curso 2023/24, la CGICT ha seguido una sistemática consolidada de trabajo basada en el análisis de datos de satisfacción, rendimiento académico y planificación docente. Las reuniones han dado lugar a propuestas

concretas, muchas de ellas recogidas en el plan de mejora, y han permitido una coordinación eficaz entre coordinación de título, profesorado, estudiantado y el equipo de calidad del centro.

En relación con la política de calidad del título, el Grado en Marketing e Investigación de Mercados (GMIM) se enmarca y opera bajo el Sistema de Calidad del Centro, es decir, de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (FCCEE). La política de calidad del título está, por lo tanto, vinculada a la Política de Calidad del Centro, la cual puede consultarse en la página web de la FCCEE.

La FCCEE cuenta con un proceso y responsabilidades definidas para garantizar el correcto desarrollo del SGIC de la titulación. Según el Manual de Calidad publicado en su página web, el decano de la FCCEE es responsable ejecutivo del SGC en el Centro y la CCC, apoyada por las actuaciones de las CGICT de los diferentes grados, es el órgano encargado de velar por la puesta en marcha y ejecución de los procesos incluidos en el SGC de la titulación, incluyendo los planes de mejora de las titulaciones. La elaboración de la propuesta del Plan de Mejora del Título y el seguimiento de las actuaciones desarrolladas para el logro de estas mejoras se lleva a cabo por las CGICT de los diferentes grados, a través de los autoinformes anuales de seguimiento. En este sentido, el Título cuenta explícitamente con un Plan de Mejora (tanto el anual como el histórico) publicado en su página web, que incorpora aquellas acciones de mejora definidas tras los puntos débiles identificados en el Grado. Lo más relevante del plan de mejora es su orientación para identificar las acciones de mejora surgidas al analizar los datos, indicadores y evidencias por parte de la CGICT.
Finalmente, el SGCC analiza la información del desarrollo del Título teniendo en cuenta la tendencia de dichos indicadores con respecto al resto de títulos que se imparten en el Centro, tal y como se refleja en los informes de gestión del centro.
Esta evolución de la participación de los distintos grupos de interés en el nivel de satisfacción se ha conseguido gracias a la puesta en marcha de la acción de mejora SGC-P06-17670 (trasladada a la UCIP y conseguida) que tiene como objetivo: realizar acciones de difusión para ampliar el número de encuestas de satisfacción contestadas de los diferentes colectivos.
De manera adicional, se ha puesto en marcha la acción de mejora SGC-P06-018962 (en proceso), responsabilidad de la CCC, consistente en "Explorar la posibilidad de ofertar nuevas actividades que puedan adaptarse mejor a las necesidades actuales del estudiantado, contando con la participación de los empleadores". Con esta acción de mejora se pretende incentivar la participación del estudiantado, egresados y empleadores en las reuniones de la Comisión de Calidad y en otras actividades del Centro para así conocer la opinión del estudiantado, a través del espacio de coordinación de PRADO, sobre propuestas de actividades que se adapten a sus necesidades actuales, fomentar la participación del estudiantado en la selección de contenidos informativos relevantes y en actividades que se adapten a sus necesidades actuales y analizar la evolución de la participación del estudiantado en reuniones de órganos de gobierno respecto a cursos anteriores.
Respecto a las recomendaciones que la ACCUA incluyó en su Informe final para la renovación de la acreditación del Graduado o Graduada en GMIM por la Universidad de Granada (25 de junio de 2022) dentro de este Criterio 2 sobre La UGR tiene establecido un procedimiento institucional para facilitar la presentación de quejas, sugerencias y felicitaciones relacionadas con el funcionamiento de los servicios prestados por la institución en el ámbito de sus competencias. Cualquier miembro de la comunidad universitaria y de la ciudadanía en general puede acceder a este procedimiento desde la sede electrónica de la UGR, la cual asegura la trazabilidad de la respuesta dada. Para dar respuesta a esta recomendación, desde el Centro y el título se definieron diferentes acciones de mejora, ya conseguidas. Además, con objetivo de mejorar la difusión, sobre todo entre el estudiantado, del procedimiento establecido en la sede electrónica para la atención de quejas y sugerencias utilizando medios como redes sociales (SGC-P01-018003) y las pantallas de televisión de la FCCEE (SGC-P01-017997). Además, se propuso la acción de mejora para implantar un procedimiento de actuación para atender las reclamaciones y sugerencias recibidas (ya conseguida).
Por otra parte, desde la FCCEE, utilizando el espacio de prado de cada título se han lanzado encuestas para incentivar la participación del estudiantado en las reuniones, no solo de la Comisión de Calidad del Centro, sino en las de todos los órganos en los que tienen participación (SGC-P06-018961). También se han atendido a las siguientes Recomendaciones de Especial Seguimiento:
Se deben incluir enlaces directos que lleven a las evidencias e indicadores que permitan valorar el logro de los objetivos. Se han revisado los enlaces y se han subsanado aquellos que presentaban problemas.
En cada una de las acciones que se planifiquen y abran se deberían especificar los indicadores que midan las acciones, los responsables, el nivel de prioridad, la fecha de consecución y temporalización. Se han revisado las acciones propuestas y se ha comprobado que los indicadores están completos.

Por último, respecto al uso del gestor documental, la Universidad de Granada dispone de un sistema institucional para el seguimiento y la mejora de centros y títulos, que incluye un gestor documental accesible a través del portal de calidad (UGR-UCIP). Este gestor permite la consulta y actualización de los planes de mejora, indicadores, informes de seguimiento y evidencias asociadas, interrelacionado con la web del título. Su uso ha facilitado la trazabilidad de los procesos de calidad, la sistematización del trabajo de la CGICT y la elaboración del presente autoinforme. La disponibilidad y el uso efectivo de este gestor documental se identifican como una fortaleza del sistema de garantía de calidad del título.

Evidencias 2.1	**Enlace web**
Información sobre la revisión del SGC	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/sistema-garantia-calidad
Política de calidad del título o del Centro donde se imparte el título.	https://fccee.ugr.es/facultad/estrategia-calidad#contenido1
Órgano responsable de gestionar, coordinar y realizar el seguimiento del funcionamiento del SIGC	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/comision-garantia
Composición de la Comisión y Actas de reuniones Manual de calidad o manual de procedimientos.	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/comision-garantia https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/sistema-garantia-calidad/actas-acuerdos
Cuadro de mando.	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/indicadores
Acceso al sistema de gestión documental del SGC.	Vídeo explicativo: https://calidad.ugr.es/unidad-calidad/titulos#title3

2.2. El SGC cuenta con un procedimiento de diseño, revisión y mejora del título.

El título de Grado en Marketing e Investigación de Mercados (GMIM) aplica una sistemática consolidada para el seguimiento y mejora continua de su calidad, en el marco del Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC) del Centro. Esta sistemática se articula a través de:

- La recogida periódica de información cuantitativa y cualitativa, incluyendo indicadores de rendimiento académico, inserción laboral, y satisfacción de los distintos grupos de interés.
- El análisis de estos datos por parte de la Comisión de Garantía Interna de Calidad del Título (CGICT), que formula propuestas de mejora.
- La elaboración anual del autoinforme de seguimiento, que recoge el diagnóstico y las acciones de mejora derivadas.
- La planificación y revisión del Plan de Mejora del título, en el que se especifican responsables, indicadores, fechas y niveles de prioridad.
- La toma de decisiones se basa en criterios objetivos derivados de los indicadores y evidencias disponibles, y se coordina con los órganos de gestión del Centro y del Vicerrectorado de Calidad.

El SGIC contempla un procedimiento específico para garantizar la documentación, seguimiento y mejora de las titulaciones en contextos excepcionales, como situaciones de emergencia sanitaria o desastres naturales. Este protocolo, activado por los órganos competentes de la Universidad, permite adaptar la planificación docente, los sistemas de evaluación o los medios de impartición, siempre preservando los estándares de calidad y la equidad en el trato al estudiantado.

Por último, el título cuenta con un procedimiento de extinción aprobado institucionalmente, que regula la interrupción temporal o definitiva de la impartición del programa, asegurando la salvaguarda de los derechos adquiridos por el estudiantado. Este procedimiento garantiza la continuidad académica de las personas matriculadas mediante la programación de convocatorias extraordinarias, tutorización personalizada y acceso a la información relevante. Está recogido en el SGIC del título y publicado en la web de calidad del grado.

Evidencias 2.2	Enlace web
Procesos, procedimientos y mecanismos de análisis de la información recogida para la revisión del título.	Toda esta información está disponible en el SGICT: https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/sistema-garantia-calidad
Mecanismo para analizar los resultados del programa.	
Procedimiento de extinción del título.	
Planes de contingencia o de prevención de riesgos ante situaciones excepcionales.	

2.3. EL SGC garantiza la recogida de información de los resultados del programa formativo y la satisfacción de todos los grupos de interés, para el adecuado análisis del título.

La recogida y análisis de resultados relevantes para el seguimiento del título se lleva a cabo de forma sistemática a través del SGIC del Centro. Esta recogida incluye tanto datos cuantitativos como cualitativos:

- Indicadores de acceso, matrícula, rendimiento académico, permanencia y egreso.
- Indicadores de inserción laboral y empleabilidad, en colaboración con el Observatorio de Empleo.
- Resultados de satisfacción de los grupos de interés (estudiantado, profesorado, egresados/as, PTGAS y empleadores).

Toda esta información se centraliza y publica en el cuadro de mando del título, disponible en la web, y sirve como base para la planificación de mejoras y para la toma de decisiones por parte de la CGICT.

El SGIC del GMIM cuenta con procedimientos institucionales bien definidos para la recogida y evaluación de la satisfacción de todos los colectivos implicados. La frecuencia es anual para el estudiantado y bienal para el profesorado y PTGAS. Además, el Observatorio de Empleo realiza estudios sobre egresados/as, y se han implementado acciones para recoger la opinión de empleadores a través de los códigos de mejora RA-RES-018184 y RA-AS-20573.

En el curso 2023/24, se ha mantenido una gestión activa de estas encuestas, incluyendo campañas de sensibilización y recordatorios.

Como fruto de las actuaciones llevadas para la consecución de la acción de mejora RA-AS-20573 se ha establecido una sistemática de recogida de la información relacionada con los empleadores, la cual está pública en la página web de la titulación.

Indicadores del subcriterio 2.3 La participación de los distintos colectivos en los cuestionarios de satisfacción con la titulación ha evolucionado de manera dispar según el grupo de interés, como se observa en la tabla 2.3 (Ver Anexo 2). La participación del estudiantado en los cuestionarios de satisfacción con la titulación ha mejorado con respecto al año anterior, pasando del 45,02% en el curso 2022/23 al 46,60 en el curso 2023/24. Destaca de manera relevante la participación del PTGAS con un 72%, si bien no es posible compararlo con el año anterior. Por otro lado, y en sentido contrario, destaca la bajada de la participación del estudiantado de prácticas, que pasa del 73,68% del 2022/23 al 14% en el 2023/24.

Se observa una mejora en la participación del estudiantado respecto al curso anterior (+1,58 puntos), aunque se detecta una caída significativa en el caso del estudiantado de prácticas. La participación del PTGAS ha sido muy alta.

Además de los mecanismos institucionales, desde el título y la Facultad se han desarrollado acciones específicas para ampliar la recogida de información, que pueden considerarse buenas prácticas:

- Acción de mejora SGC-P06-017670 (trasladada a la UCIP): campañas de difusión para incrementar el número de encuestas contestadas por los distintos colectivos.
- Acción SGC-P06-018962 (en proceso): exploración de nuevas actividades formativas con implicación de empleadores, recogiendo sus valoraciones.

- Acción SGC-P06-018961: envío de formularios de valoración y encuestas a través del espacio de PRADO y canales internos de coordinación.
- Difusión de encuestas y partes de incidencias mensuales mediante un espacio restringido para representantes estudiantiles, que facilita la comunicación directa con la coordinación del título.

Evidencias 2.3	**Enlace web**
Procedimientos y mecanismos desplegados que facilite la recogida de los resultados del programa formativo.	Procedimiento número 6 del SGC https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/sistema-garantia-calidad
Procedimiento para la toma de decisiones y mejora de la calidad de la titulación.	Apartado 3.2. Análisis de la información, toma de decisiones, seguimiento, revisión y mejora del SGC: https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/sistema-garantia-calidad
Mecanismo para la recogida y el análisis de la satisfacción de los distintos colectivos implicados: Estudiantado. Personal académico Personal de apoyo y personal de administración y servicios. Egresados. Empleadores.	Para los colectivos de estudiantado, profesorado y PTGAS viene establecido en el procedimiento 6 del SGC del título. El procedimiento de recogida de satisfacción de las personas egresadas se lleva a cabo a través del Observatorio de Empleo donde la metodología de recogida está descrita en el siguiente enlace: Enlace Para el colectivo empleadores: Acción de mejora RA-RES-018184 y RA-AS-20573

2.4. El SGC cuenta con un Plan de Mejora actualizado a partir del análisis y revisión de la información recogida. El plan de mejora debe recoger todas las acciones de mejora planteadas en el título. En cada una de estas acciones se debe especificar, los indicadores que midan las acciones, los responsables, el nivel de prioridad, la fecha de consecución y la temporalización.

Las acciones de mejora definidas para el Grado en Marketing e Investigación de Mercados (GMIM) están actualizadas y estructuradas según lo establecido por el Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC). Cada acción incluye de forma explícita los siguientes elementos: objetivo, indicador(es) de seguimiento, persona o unidad responsable, nivel de prioridad, fecha de consecución estimada y grado de avance. El plan de mejora está publicado en la web del título y se revisa anualmente por la Comisión de Garantía Interna de Calidad del Título (CGICT).

Durante los últimos cursos, el GMIM ha mantenido un proceso continuo de revisión y cierre de acciones, con nuevas incorporaciones cada año académico. La mayoría de las acciones iniciadas han sido implementadas con éxito o se encuentran en fase de seguimiento. En el curso 2023/24 destacan las siguientes situaciones:

- Acciones cerradas con éxito:
  - SGC-P06-017670: Ampliación del número de encuestas contestadas por todos los colectivos. Acción cerrada y trasladada a la UCIP.
  - SGC-P06-012089: Incremento de la participación del profesorado en encuestas de satisfacción mediante campañas de recordatorio. Acción cerrada.
  - SGC-P01-018036 y SGC-P01-019588: Difusión clara de todas las modalidades de TFG mediante infografías y guías actualizadas. Acción finalizada con impacto positivo en la comprensión del estudiantado.
- Acciones activas en proceso:
  - SGC-P06-018962: Exploración de nuevas actividades formativas adaptadas a las necesidades del estudiantado, con participación directa de empleadores.
  - SGC-P06-018961: Impulso de la participación estudiantil en órganos de representación y procesos de calidad, mediante encuestas lanzadas en PRADO y espacios de coordinación.

Entre las acciones de mejora más significativas implementadas recientemente cabe destacar:

- La sistematización del uso del espacio PRADO para reforzar la comunicación directa con el estudiantado, especialmente para la difusión de información académica relevante y recogida de incidencias mensuales.
- La publicación actualizada y accesible de todas las directrices relativas al TFG, incluyendo los distintos itinerarios, requisitos, criterios de evaluación y novedades normativas.

- El fortalecimiento de la participación de empleadores en las dinámicas de mejora del título, con su integración progresiva en reuniones de calidad y acciones formativas.

Evidencias 2.4	Enlace web
Procedimientos y mecanismos para la elaboración de informes periódicos de seguimiento	Los procedimientos y mecanismos para la recogida de los resultados del programa formativo están descritos en el SGCT: https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/sistema-garantia-calidad
Plan de mejora donde se recojan todas las acciones de mejora planteadas en el título. En cada una de estas acciones se debe especificar: los indicadores que midan las acciones, responsables, nivel de prioridad, fecha de consecución y temporalización.	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/plan-mejora
Procedimiento periódico de análisis y revisión del plan de mejora.	Apartado 3.2. Análisis de la información, toma de decisiones, seguimiento, revisión y mejora del SGC: https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/sistema-garantia-calidad
Histórico del Plan de Mejora del Título.	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/plan-mejora
Informes de evaluación externos (verificación, modificaciones, seguimiento y renovación de la acreditación)	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/memoria-verificacion https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/autoinformes-informes-seguimiento-externo

RESUMEN CRITERIO 2.

FORTALEZAS DETECTADAS EN EL CRITERIO 2

- Consolidación del SGC del título.
- Se dispone de un aplicativo de “Seguimiento y Mejora de Centros y Títulos” y un gestor documental, que permiten acceder a los indicadores de calidad de la docencia y amplia información sobre los títulos y que facilitan la actualización de información sobre las acciones de mejora y sus evidencias de forma interrelacionada con la web del GMIM.
- Se ha sistematizado el funcionamiento de la CGICT y se han hecho públicos en la web del Grado todos los elementos básicos del sistema de calidad: composición y Reglamento de Funcionamiento de la CGICT, informes internos y externos de seguimiento y acreditación, plan de mejora, indicadores de rendimiento e informes de satisfacción de los distintos colectivos.
- Se dispone de amplios sistemas de recogida y análisis de información.
- No se han recibido quejas ni sugerencias sobre la gestión del título de GMIM en las diversas ubicaciones y medios de recepción habilitados a tal efecto

DEBILIDADES DETECTADAS EN EL CRITERIO 2 Y ACCIONES DE MEJORA PUESTAS EN MARCHA (incluir codificación de la AM)

La CGICT no ha identificado puntos débiles en este criterio.

CRITERIO 3. DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA FORMATIVO

3.1. El diseño del título está actualizado y se revisa periódicamente incorporando, si procede, acciones de mejora.

El plan de estudios del Grado en Marketing e Investigación de Mercados (GMIM) se ajusta plenamente a lo establecido en la Memoria verificada. La estructura de módulos, materias, competencias, distribución temporal y créditos ECTS se corresponde en su totalidad con lo aprobado inicialmente, incluyendo las modificaciones que han sido implementadas conforme a los procedimientos institucionales y normativos establecidos.
Las guías docentes se actualizan anualmente en base a los criterios de la Comisión de Garantía Interna de Calidad del Título (CGICT), garantizando la coherencia con los resultados de aprendizaje definidos en la Memoria y con la normativa vigente de la Universidad de Granada.

El título ha incorporado modificaciones menores que han surgido del proceso de revisión y mejora continua del plan de estudios, y que han sido aprobadas por los órganos competentes. Entre las más relevantes implementadas en los últimos cursos destacan:

- Ajustes en los contenidos y metodologías de algunas asignaturas, para una mayor adecuación a las demandas del entorno profesional y a la evolución de las competencias digitales. Estas modificaciones han sido orientadas a fortalecer la empleabilidad del estudiantado.
- Revisión de las asignaturas optativas con el fin de optimizar la carga docente, evitar solapamientos y garantizar la oferta efectiva cada curso.
- Actualización de las directrices de los Trabajos Fin de Grado (TFG), especialmente en lo relativo a la evaluación, modalidades alternativas (TFG-CICODE, TFG-UGR Emprendedora) y criterios de asignación de tutores/as. Estas modificaciones responden a las recomendaciones de la ACCUA y han sido aprobadas en Junta de Facultad (última revisión en julio de 2023)

Evidencias 3.1	**Enlace web**
Memoria verificada actualizada y en su caso modificada (ACCUA). Informe de Verificación y en su caso modificación (ACCUA).	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/memoria-verificacion
En su caso, informes de seguimiento (ACCUA). En su caso, informes de renovación de la acreditación (ACCUA).	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/autoinformes-informes-seguimiento-externo
Actas Comisión de Garantía de la Calidad.	Ya aportado enlace apartado 2.1
Guías docentes, especificando las asignaturas que se imparten en otras lenguas.	https://grados.ugr.es/informacion/guias-docentes-firmadas/2024-2025/grado-marketing-investigacion-mercados

3.2. La modalidad de enseñanza presencial, virtual (o no presencial) y/o híbrida (o semipresencial) se ajusta a lo establecido en la memoria del programa formativo.

El Grado en Marketing e Investigación de Mercados (GMIM) se imparte únicamente en modalidad presencial, en conformidad con lo establecido en la Memoria verificada del título y sin haber existido modificaciones posteriores que alteren dicha condición. La totalidad de los créditos ECTS del programa formativo están diseñados e implementados para su desarrollo en formato presencial, incluyendo clases teóricas, seminarios, prácticas de aula, actividades formativas y tutorías académicas.
Durante los últimos cursos, esta modalidad ha sido mantenida de forma estable, garantizando la coherencia pedagógica y el cumplimiento de los resultados de aprendizaje previstos.
Dado que el título no contempla modalidades alternativas (virtual o híbrida), no es aplicable la necesidad de coordinación entre diferentes modalidades. No obstante, en situaciones excepcionales, como durante el periodo de docencia no presencial derivado de la pandemia por COVID-19, se activaron mecanismos de adaptación temporal bajo directrices institucionales, asegurando la continuidad formativa sin comprometer la calidad ni los objetivos competenciales del título.

Evidencias 3.2
Las mismas evidencias que el apartado 3.1.

3.3. Los procesos de gestión e implantación de la normativa aplicable al título se desarrollan de manera adecuada y benefician al desarrollo del programa formativo, en particular lo referido a:
- Reconocimiento de créditos y convalidaciones.
- Normativa de gestión de los TFM/TFG (dirección y coordinación, normativa de selección por parte del estudiantado, tipologías, sistemas de evaluación, rúbrica, composición del tribunal).
- En su caso, complementos formativos.
- Normas de permanencia.

Los procedimientos de reconocimiento y transferencia de créditos en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados (GMIM) se aplican conforme a la normativa vigente de la Universidad de Granada y a lo establecido en la Memoria verificada del título. Las solicitudes son gestionadas por la Secretaría del Centro y evaluadas por la Comisión de Reconocimiento, garantizando un tratamiento equitativo y transparente, en función de la adecuación de los contenidos y la carga ECTS entre las asignaturas cursadas y las solicitadas.

El título aplica correctamente las normas de permanencia recogidas en la normativa institucional de la UGR (aprobada en BOUGR nº 260), que establece los requisitos mínimos de matrícula y los límites de convocatorias para el estudiantado. Esta normativa está disponible en la web institucional y es difundida al estudiantado de forma clara y periódica, especialmente en momentos clave del curso académico como la automatrícula y los procesos de evaluación.
El título de GMIM no contempla complementos formativos ni para el acceso ni durante el desarrollo del programa formativo.

El proceso de gestión de los TFG se desarrolla conforme a la normativa general de la Universidad de Granada y a las directrices específicas aprobadas por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, las cuales han sido actualizadas y aprobadas en Junta de Facultad (última modificación: julio de 2023). El procedimiento es ágil, transparente y se encuentra debidamente publicado en las webs del grado y de la Facultad.
Entre los aspectos más destacados de su gestión se incluyen:

- Diversidad de tipologías de TFG, además del portafolio de competencias: modalidad Monografía, modalidad CICODE y modalidad UGR Emprendedora.
- Asignación de tutor/a mediante criterios académicos objetivos, con participación del estudiantado en la selección de línea temática y modalidad.
- Calendario detallado de plazos para la solicitud de línea, asignación de tutor/a, depósito y defensa pública, publicado al inicio del curso académico.
- Evaluación basada en rúbrica común, de acuerdo con la normativa de evaluación de la UGR, garantizando objetividad y homogeneidad entre tribunales.
- Composición de tribunales según normativa, asegurando la imparcialidad del proceso y la coherencia en la valoración.

Evidencias 3.3	Enlace web
Normativa en materia de reconocimiento de créditos y convalidaciones y listado de los/las alumnos/as que han obtenido reconocimiento de créditos o convalidaciones durante el periodo sometido a renovación de la acreditación incorporando información agregada (ECTS reconocidos, asignatura en la titulación de origen (Grado, Formación Profesional, título propio), y asignatura reconocida, etc.).	https://calidad.ugr.es/estudios-grado/reconocimiento-creditos
Número de créditos reconocidos por estudiantes por experiencia profesional u otro criterio aplicado.	Listado que facilitado mediante acceso restringido por contener datos personales.
Normativa en materia de gestión de los TFGs/TFMs, incluyendo todos los aspectos relevantes de dicho proceso (matriculación, sistemas de adscripción del alumnado a un/a tutor/a, mecanismos de elección de temática, calendario de ejecución del TFG/TFM, convocatorias de defensa pública, etc.).	https://grados.ugr.es/marketing/docencia/trabajo-fin-grado

En su caso, de estar previstos complementos formativos, debería documentarse el alumnado que ha cursado los mismos con referencia en cada caso a la titulación previa.	No procede
Complementos formativos (si existen). Alumnado titulado que han cursado complementos formativos	No procede
Normas de permanencia.	https://grados.ugr.es/permanencia

3.4. Los criterios de admisión, el perfil del estudiante de ingreso y número de plazas son adecuadas y se ajustan a lo establecido en la memoria del programa formativo.

El número de plazas ofertadas en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados (GMIM) ha sido estable y coherente con lo establecido en la Memoria verificada, situándose en 124 plazas durante los últimos cursos académicos. Esta oferta ha sido cubierta prácticamente en su totalidad en cada convocatoria, con una alta proporción de estudiantes que acceden en primera preferencia.
En el curso 2023/24, el número de estudiantes de nuevo ingreso fue de 125, manteniendo el equilibrio entre la oferta y la demanda, y confirmando la viabilidad y sostenibilidad del título (véase tabla 3.4, Anexo 2).
El perfil de ingreso definido en la Memoria verificada corresponde a estudiantes procedentes, mayoritariamente, de la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas, con interés en el ámbito del marketing, el análisis de mercado y la empresa. Este perfil se mantiene estable y se considera adecuado para el desarrollo de las competencias del título.
La vía de acceso predominante continúa siendo la Prueba de Acceso a la Universidad (PAU), 112 estudiantes, representando el 89,6 % del total de estudiantes de nuevo ingreso en 2023/24 (véase tabla 3.4, Anexo 2).
El título no establece pruebas específicas de admisión, y los criterios generales de acceso están publicados en la web del grado y en la normativa institucional. La nota media de admisión para el curso 2023/24 fue de 11,47, con una nota mínima de 10,28, indicadores que reflejan un nivel académico adecuado al nivel de exigencia del programa formativo.
La planificación docente del GMIM garantiza un tamaño de grupo adecuado para el desarrollo óptimo de las actividades formativas. La media de estudiantes por grupo permite una interacción eficaz entre el profesorado y el alumnado, y se adapta a los requerimientos de cada tipo de actividad: clases magistrales, seminarios, prácticas o sesiones de evaluación. Esta dimensión organizativa se revisa anualmente por la coordinación del título y el Vicedecanato de Ordenación Académica del centro, ajustándose en función del número de matriculados y de los recursos disponibles.

Evidencias 3.4	**Enlace web**
Perfil de ingreso y criterios de admisión.	https://grados.ugr.es/marketing/estudiantes/acceso-admision
En su caso, pruebas de admisión específicas previstas y sus ponderaciones. Debe justificarse su carácter público y su coherencia en la titulación de referencia.	No procede
Tabla/descripción de los tamaños de los grupos incluyendo divisiones ulteriores (subgrupos de prácticas, seminarios, etc.).	https://grados.ugr.es/marketing/docencia/horarios-calendarios
Indicadores para los títulos de grado de los últimos seis años: Oferta, demanda y matrícula Plazas ofertadas Demanda 1.ª opción Estudiantes de nuevo ingreso Porcentaje de acceso en primera preferencia Nota de corte Nota de acceso Vía de acceso Pruebas de acceso a la universidad FP2 o asimilados Titulados universitarios o asimilados. Pruebas específicas para mayores de 25, 40 y 45 años. Otros accesos. Pruebas específicas de acceso (si procede) (estándar 1.3). Estudiantes presentados. Porcentaje de estudiantes aprobados.	Cuadro de mandos. Indicadores relativos al subcriterio 3.4 (véase tabla 3.4, anexo 2)

3.5. La coordinación docente permite la adecuada planificación del programa formativo asegurando que los resultados de aprendizaje son asumidos por el estudiantado.

La coordinación docente del Grado en Marketing e Investigación de Mercados (GMIM) se estructura en varios niveles:

- Coordinación general del título, asumida por un/a profesor/a con dedicación docente en el grado, responsable de la organización global del programa, del seguimiento académico y del enlace con la Comisión de Garantía Interna de Calidad del Título (CGICT).
- Coordinación de asignaturas, ejercida por los/las responsables de cada materia, que gestionan la planificación, contenidos, evaluación y coordinación del equipo docente en cada asignatura.
- Apoyo del Vicedecanato de Ordenación Académica y Calidad, que proporciona supervisión institucional y respaldo en la resolución de incidencias transversales, tanto de carácter académico como organizativo.

En cuanto a la coordinación docente horizontal y vertical para la planificación del Título, desde el vicedecanato de ordenación académica y desde la coordinación de los títulos se realiza el seguimiento del Plan de coordinación horizontal y vertical de los diferentes títulos, así como consultas a los representantes de grupo a través de partes mensuales y reuniones periódicas y se gestionan sugerencias, quejas y comentarios a través de la web del Grado y de PRADO. Las actuaciones de coordinación llevadas a cabo incluyen:

- Difusión de los plazos de interés para el estudiantado en el curso 2023/24 en la web del grado.
- Difusión de la asignación de tutores de TFG para la convocatoria especial de noviembre; la primera y segunda asignación del curso 2023/24 en las convocatorias ordinaria y extraordinaria.
- Difusión de plazo y procedimiento de solicitud de líneas de trabajo para cualquiera de las otras modalidades de TFG diferentes al portafolio de competencias (TFG-Monografía, TFG-CICODE, TFG-UGRemprendedora) actualizado para el curso 2023/24.
- Utilización de la plataforma docente PRADO de la UGR para mantener un contacto directo con el estudiantado de GMIM durante todo el curso 2023/24.
- Se mantiene un espacio restringido a los representantes de grupos en donde se difunde la información de interés y se pone a disposición de los mismos un parte de incidencias mensual como mecanismo fácil y rápido para hacer llegar cualquier incidencia a la coordinadora de GMIM.

Coordinación de las prácticas externas

El título cuenta con la opción de que el estudiante curse Prácticas Externas extracurriculares optativas, cuya gestión se realiza a través de:

- Un/a responsable académico/a de prácticas, que coordina las tareas de planificación, asignación de destinos, seguimiento del estudiantado y resolución de incidencias.
- Asignación de tutores/as académicos/as, que hacen seguimiento del aprendizaje del estudiante y actúan como enlace con las entidades colaboradoras.
- Tutores/as externos/as en las entidades de prácticas, que realizan un seguimiento directo de la actividad del estudiantado en el entorno profesional.

Evidencias 3.5	**Enlace web**
Descripción de la coordinación horizontal y vertical a dos niveles: Coordinación entre responsables/coordinadores de asignaturas…. y plasmación material del desarrollo de la misma a través de actas de reuniones o documentación análoga.	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/sistema-garantia-calidad/actas-acuerdos
Descripción de las actuaciones llevadas a cabo por parte del/de la coordinador/a de prácticas con la finalidad de garantizar la coordinación en el desarrollo de las mismas (particularmente entre tutores académicos y externos) así como la homogeneidad en la evaluación de dicha asignatura.	https://grados.ugr.es/marketing/estudiantes/practicas-empresa

3.6 Implantación de los títulos con estructuras específicas y de innovación docente, tales como:
- Títulos que se imparten en más de un centro.
- Títulos conjuntos.
- Dobles Grados/Másteres con itinerario específico.

No procede

RESUMEN CRITERIO 3.

FORTALEZAS DETECTADAS EN EL CRITERIO 3

- El título es revisado periódicamente y se identifican mejoras, a partir de las debilidades detectadas, estableciéndose acciones de mejora relacionadas con el diseño, organización y desarrollo del programa formativo.
- La valoración realizada por el profesorado sobre la planificación y desarrollo de la enseñanza es alta.
- Los indicadores de acceso y matrícula muestran que el GMIM es un título altamente demandado.
- El título se considera totalmente sostenible teniendo en cuenta el perfil de la formación y los recursos disponibles.

DEBILIDADES DETECTADAS EN EL CRITERIO 3 Y ACCIONES DE MEJORA PUESTAS EN MARCHA (incluir codificación de la AM)

La CGICT no ha identificado puntos débiles en este criterio.

DIMENSIÓN 2: RECURSOS

CRITERIO 4: PROFESORADO

4.1. El personal académico reúne el nivel de cualificación y experiencia (docente e investigadora) adecuado y se corresponde con el comprometido en la memoria del programa formativo.

El personal académico que imparte docencia en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados (GMIM) se ajusta plenamente a lo establecido en la Memoria verificada del título. Durante los últimos cursos, la plantilla ha mostrado una notable estabilidad, con una adecuada distribución entre profesorado permanente y profesorado contratado, y una representación equilibrada de las áreas de conocimiento implicadas en la docencia del programa formativo.
En el curso 2023/24, el grado contó con un total de 83 docentes, cifra ligeramente superior al curso anterior. El porcentaje de profesorado permanente es de 67,46% (cifra ligeramente superior al del curso previo, con un 64.94%). También ha aumentado el PDI doctor de la titulación, por cuanto en el curso 2023/24 hay 73 profesores con el grado de doctor, 8 más que en el 2022/23, alcanzando su cota más alta en este curso académico, siendo el peso nuevamente más alto respecto del total que en el 2022/23 (88% frente al 84.4%).
La progresiva cualificación investigadora del profesorado del Grado viene avalada por la tendencia creciente en el número de sexenios de los que dispone el profesorado de GMIM. En 2023/24 asciende a 55 para Catedráticos/as y Titulares de Universidad (14 más que en el curso 2022/23), lo que representa un promedio de 2,3 sexenios de sexenios de Catedráticos/as y Titulares de Universidad. El Grado de Marketing e Investigación de Mercados cuenta con una plantilla de profesorado consolidada. Más del 77% del PDI cuenta con 10 o más años de experiencia. El promedio de años de docencia es de 17,84. (Véase tabla 4.1, anexo 2).

El título cuenta, además, con profesorado colaborador procedente de otras instituciones y profesionales en activo del sector empresarial. Esta colaboración externa está contemplada en la Memoria verificada y responde al objetivo de acercar el contenido del grado a la realidad del entorno

La información relativa al profesorado (nombre, asignaturas impartidas, departamento, titulación, categoría profesional y guía docente) se encuentra publicada en la web del grado y se actualiza anualmente. Aunque los currículos abreviados aún no están disponibles de forma individualizada en cada guía, esta acción forma parte de una acción de mejora institucional (RA-R-017747) actualmente en proceso de implementación para garantizar la difusión de los perfiles académicos conforme a la normativa de protección de datos.

Evidencias 4.1	Enlace web
Información sobre el profesorado que imparte el título: ámbitos de conocimiento actualizada en donde conste: ámbito o área de conocimiento en concreto, la universidad deberá incorporar las categorías de profesorado que se correspondan por la naturaleza del centro y deberá explicar su perfil adecuadamente incluyendo, acreditaciones, doctorado (en caso de no tener doctorado, nivel de Máster), quinquenios, quinquenio vivo, sexenios y sexenio vivo, para no doctores: méritos docentes e investigadores (este último adaptado a criterios CNEAI, materias en las que el profesorado está involucrado, porcentaje de dedicación docente, porcentaje de dedicación al título, nº de horas de docencia indicando los desgloses en grupos según actividades formativas, dirección de TFGs/TFMs, horas de dirección a los TFGs/TFMs.	Esta información estará incluida en acceso restringido.
En el caso de formación Dual. se debe indicar el perfil del profesorado académico participante y la preparación (formación recibida) y experiencia sobre dicho modelo. En caso de formación dual profesorado de la entidad colaboradora asignado al título por ámbitos de conocimiento.	No procede

4.2. El personal académico implicado en el título es suficiente y su grado de dedicación es el adecuado para lleva a cabo el programa formativo propuesto en relación al número del estudiantado.

La planificación del Grado en Marketing e Investigación de Mercados (GMIM) cuenta con una dotación docente ajustada a las necesidades reales del programa, en función de los grupos establecidos para las distintas actividades formativas (clases magistrales, seminarios, prácticas de aula, TFG y prácticas externas).
Como se ha comentado anteriormente, en el curso 2023/24, el título ha sido impartido por 83 docentes, lo que ha permitido cubrir de manera eficiente la carga docente total del plan de estudios, tanto en términos de horas lectivas como en el desdoble de grupos necesarios para garantizar una docencia de calidad y personalizada, especialmente en materias prácticas y asignaturas de 6 ECTS.
Durante el período evaluado (últimos tres cursos), se ha mantenido una estructura estable en la plantilla, con una ligera tendencia al alza en el número total de docentes: 77, 78 y 83 docentes, en los cursos 2021-22, 2022-23 y 2023-24 respectivamente. De los cuales, el porcentaje de permanentes fue de un 65,2%, 64,94% y 67,46% en los cursos 2021-22, 2022-23 y 2023-24 respectivamente.

Evidencias 4.2
Evidencias subcriterio 4.1.

4.3. La actividad docente del personal académico es objeto de evaluación, teniendo en cuenta las características del programa formativo, de manera que se asegure que el proceso de aprendizaje se desarrolle de una manera adecuada

La Universidad de Granada está inmersa en el proceso de implantación del DOCENTIA-UGR. En el mes de marzo de 2023 se publicó la primera convocatoria de evaluación de la actividad docente del profesorado.
No obstante y hasta que el DOCENTIA-UGR no esté totalmente implantado y haya obtenido la certificación del mismo, la UGR tiene aprobada por el Consejo de Gobierno en su sesión del 25 de marzo de 2021 el Proceso General para la evaluación de la actuación docente del profesorado en opinión del estudiantado.
La evaluación se lleva a cabo de manera presencial y de manera online, siendo la Unidad de calidad la coordinadora del proceso. El instrumento de evaluación usado es un único cuestionario aprobado por el Consejo de Gobierno de la UGR.
La información no nominal extraída de este proceso (con diferentes niveles de desagregación) está a disposición de las personas responsables académicas de los centros (a través de sus Comisiones de Calidad) y departamentos, así como del personal coordinador de los títulos.

La Universidad de Granada a través del Plan de Formación e Innovación Docente 2024-2029 (Plan Academia) responde al compromiso de la Universidad de Granada por garantizar una docencia de calidad y facilitar el desarrollo profesional docente de su profesorado; compromiso y responsabilidad recogidos tanto en sus Estatutos, su Política de Calidad y en su Plan Estratégico UGR 2031.
Dentro del Plan Academia UGR podemos encontrar:
Actividades Formativas

- Actividades de formación docente del profesorado (AFDP)
- Equipos de formación inicial y permanente (FEDO)

Actividades Innovación Docente:

- Proyectos de Innovación y Buenas Prácticas Docentes (PDI)

En cuanto a los indicadores relacionados con la participación del profesorado en actividades formativas y proyectos de innovación docente, según se observa en la tabla 4.3 (véase anexo 2), ha disminuido sensiblemente el número de profesorado que ha participado en actividades formativas pasando de 38 a 6. Para los cursos 2022/24, 64 profesores han participado en 7 proyectos de innovación docente. Observamos una caída considerable en la participación. Sin embargo, debemos tomar este valor con cuidado ya que no es comparable al facilitado en cursos anteriores, debido a un error detectado en el cómputo de cursos académicos. Esta notable caída, podría ser debida a la manera de contabilizar estas actividades a través del plan FIDO (bienal) que no desglosaba por curso académico, y desde este curso 2023/24 la financiación de estas actividades y proyectos ha sido sustituido por el Plan AcademiaUGR 2024-2029 y el registro es diferente.

Un elemento muy relacionado con la calidad docente del profesorado es su interés por la mejora de su docencia, que queda reflejado en su participación en la oferta formativa que la UGR realiza anualmente y en su participación

en las convocatorias de proyectos de innovación docente que la UGR gestiona. Para el curso 2023/24, el plan FIDO ha sido sustituido por el Plan de Formación e Innovación Docente de la Universidad de Granada 2024-2029 (Plan AcademiaUGR).
En línea con este ámbito, destacamos la acción de mejora de responsabilidad institucional RA-AMT-017317 (ver Plan de Mejora). Tiene como objetivo la certificación de la implantación del Programa Docentia en la Universidad de Granada. Entre las acciones desarrolladas destaca la validación de la aplicación informática- módulo evaluador en enero de 2023 y la aprobación del modelo DOCENTIA-Granada por el Consejo de Gobierno de la Universidad de Granada en sesión del 23 de febrero de 2023. Está acción está en proceso. Toda la información del Programa DOCENTIA-UGR está pública en el siguiente enlace: Programa DOCENTIA-UGR | Vicerrectorado de Calidad, Innovación Docente y Estudios de Grado.
Además, la acción de mejora de responsabilidad institucional SGC-P04-019653 ha conseguido ofertar cursos formativos de perfeccionamiento de inglés para dotar al Personal Docente e Investigador de la FCCEE de certificados de idiomas oficiales en lengua inglesa para la impartición de asignaturas en las titulaciones de Grado y Posgrado adscritas a la FCCEE. Dicha acción se encuentra en proceso.
El creciente interés del profesorado por mejorar su capacitación docente se traduce en una mejora de la calidad en la docencia como podemos apreciar en los resultados de las encuestas de satisfacción del estudiantado con la actuación docente del profesorado en todas sus dimensiones (Tabla 4.7). En general podemos comprobar que en los cuatro últimos cursos se ha producido una importante mejora en la opinión del estudiantado sobre la actuación docente del profesorado de GMIM.
Además de lo anterior, a nivel institucional se implementa una acción de mejora orientada a seguir fomentando la participación del profesorado en proyectos de innovación docente y en cursos de formación (SGC-P01-017766). Dicha acción está en proceso.

Evidencias 4.3	**Enlace web**
Resultados de evaluación de la calidad de la actividad docente del profesorado, en su caso resultados del DOCENTIA. Se debe especificar quiénes, cómo y cuándo se realiza las actividades relacionadas con la evaluación y mejora de la calidad de la actividad docente del profesorado que imparte docencia en la titulación.	Información DOCENTIA
Información sobre la formación del profesorado y sobre la innovación docente llevada a cabo por parte del profesorado que imparte docencia en el título.	Cuadro de mandos. Indicadores relativos al subcriterio 4.3

4.4. Disponibilidad de criterios de selección y asignación de TFG/TFM

Los profesores del Título presentan un perfil docente, investigador y profesional adecuado para asumir la labor de supervisión de TFGs.
En cuanto a la supervisión de TFGs, el/la responsable de tutorización debe ser un/a profesor/a o investigador/a con plena responsabilidad docente según lo establecido en el Plan de Ordenación Docente en cada curso académico, adscrito a un ámbito de conocimiento que imparta docencia en el Grado en cuestión. El profesorado de los Departamentos que imparten docencia en el Título de GMIM cumple con el perfil docente e investigador para la supervisión del TFG. Así, en el curso 2023/24, 18 miembros del profesorado supervisan el TFG del Título. Lo anterior nos permite concluir que existen protocolos elaborados para la realización de los TFG.
Los criterios de selección del profesorado y asignación de estudiantes para los TFG están regulados por el art. 25 de la normativa general de la UGR, por el Reglamento del Trabajo o Proyecto fin de Grado de la Universidad de Granada (Aprobado en la sesión ordinaria del Consejo de Gobierno de 21 de noviembre de 2022) y por el art. 6 de las Directrices de Desarrollo de los Trabajos Fin de Grado de la FCCEE disponible en la web en el apartado de información sobre TFG).

Evidencias 4.4	Enlace web
Se cuenta con un documento detallado con los criterios de asignación de tutor y tema asignado para realizar el TFG y TFM que debe aparecer de manera pública en la página web del título.	https://grados.ugr.es/marketing/docencia/trabajo-fin-grado
Información sobre el perfil del profesorado que supervisa el TFG/TFM	https://grados.ugr.es/marketing/docencia/trabajo-fin-grado

4.5. En su caso, adecuación del perfil del profesorado que supervisa las prácticas externas y sus funciones.

Las prácticas externas optativas del Grado en Marketing e Investigación de Mercados están coordinadas desde el centro y se rigen por la normativa general de la Universidad de Granada y la normativa específica de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. La figura del tutor/a académico/a cumple un papel esencial en la planificación, seguimiento, evaluación y acompañamiento del estudiantado a lo largo del proceso.
En conformidad con la normativa vigente el tutor o tutora académico/a es siempre un/a profesor/a de la Universidad de Granada, preferentemente adscrito al Centro donde el estudiante cursa sus estudios y con afinidad al área de Marketing, Comercialización e Investigación de Mercados u otras materias directamente relacionadas con el contenido de las prácticas. La asignación del profesorado tutor se realiza por parte de la coordinación de prácticas, teniendo en cuenta criterios de afinidad temática, equilibrio de carga docente y disponibilidad del profesorado. Entre las funciones que asume el profesorado tutor/a del GMIM incluyen:

- Revisión y validación del convenio de prácticas y del plan formativo acordado entre el centro, la entidad colaboradora y el estudiante.
- Seguimiento regular del estudiante, mediante contactos periódicos (por correo o tutoría presencial/virtual) y coordinación directa con el tutor/a externo/a de la empresa.
- Resolución de incidencias durante el desarrollo de la estancia formativa.
- Evaluación final del desempeño del estudiante, a partir de la memoria presentada por el estudiante, el informe de evaluación de la entidad colaboradora, los criterios establecidos en la guía docente, común para todos los grupos.

Los profesores del Título presentan un perfil docente, investigador y profesional adecuado para asumir la labor de supervisión de prácticas externas.
Respecto a los tutores de prácticas, el Vicedecanato de Estudiantes, Empleo, Igualdad y Diversidad, en colaboración con el Centro de Empleo y Prácticas, es el coordinador general de las prácticas en la Facultad. Por tanto, no tutoriza a estudiantes, sino que asigna a un/a tutor/a académico/a, una vez que el/la estudiante haya formalizado la matrícula en la asignatura de “Prácticas externas”.
Lo anterior nos permite concluir que existen protocolos elaborados para la realización de las prácticas externas.
Durante los últimos cursos, se ha contado con un equipo estable de entre 12 y 15 tutores/as académicos/as, todos ellos con experiencia docente en el grado y, en la mayoría de los casos, con participación en proyectos de colaboración universidad-empresa o en investigación aplicada. La implicación de este profesorado garantiza un seguimiento cercano y personalizado del estudiantado, favoreciendo tanto la adquisición de competencias profesionales como la inserción laboral.

Evidencias 4.5	Enlace web
Documento regulatorio del desarrollo de las prácticas externas o profesionales en el que consten los perfiles académicos del profesorado involucrado, tareas asignadas de tutorización, supervisión y seguimiento del desempeño, así como la guía para la elaboración de la memoria final y papel del tutor en dicho proceso. También se indicará el número de horas reconocidas por dicha tarea y por cada estudiante, así como el número máximo de estudiantes que pueden ser asignados a cada tutor por curso académico,	https://fccee.ugr.es/estudiantes/practicas-externas
Información sobre la persona que tutela las prácticas externas (incluidos rotatorios y prácticas profesionales de títulos con orden CIN) especificando el número de estudiantes por grupo y número de grupos tutorizados.	https://fccee.ugr.es/estudiantes/practicas-externas
Personal académico o profesional responsable de las tutorías de las prácticas académicas externas.	Información facilitada en acceso restringido por contener datos personales.
Tabla nominal del profesorado tutor de prácticas externas en la que consten el centro (universidad/empresa), titulación, ámbito de conocimiento, tutor académico/profesional, número de estudiantes tutorizados, breve descripción de los destinos y tareas de prácticas de cada estudiante y calificaciones obtenidas por los alumnos/as durante los cursos académicos objeto de acreditación.	Información facilitada en acceso restringido por contener datos personales.

4.6. En su caso, adecuación del perfil del profesorado que imparte enseñanza híbrida o virtual

No procede.

4.7. El estudiantado está satisfecho con respecto a la actuación docente del profesorado.

Tal y como se ha comentado en el apartado 4.3 de este autoinforme, las personas responsables de los títulos disponen de indicadores válidos para conocer la satisfacción del estudiantado con respecto a la actuación docente del profesorado.

En cuanto a los indicadores relacionados con la actuación docente, según se observa en la tabla 4.7 (anexo 2), ha disminuido ligeramente el número de encuestas cumplimentadas, pasando a ser de 1012. Se puede observar que continúa la tendencia de mejora que se viene observando en los últimos años, de modo que se alcanzan puntuaciones superiores a 4 (sobre 5) en todas las dimensiones. Así, en el curso 2023/24 la satisfacción general es de 4,30 puntos. Destacan las puntuaciones en cuanto a la planificación de la docencia y cumplimiento del plan docente, situándose en un 4,48, o la evaluación de aprendizajes, se valora de forma creciente en estos cursos hasta alcanzar una puntuación de 4,34.

Evidencias 4.7	Enlace web
Indicadores de satisfacción con la actuación docente	Cuadro de mandos. Indicadores referentes al subcriterio 4.7
Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha.	Apartado 4.7 del autoinforme.

4.8. El profesorado está satisfecho con el desarrollo del programa formativo.

Con respecto a la satisfacción del profesorado con el programa formativo presenta un valor alto, 4,28 sobre 5, ligeramente superior a la del curso 2021/22 (ver anexo 2).

Evidencias 4.8	Enlace web

Indicadores satisfacción profesorado, con el desarrollo del programa formativo	Cuadro de mandos: Indicadores relativos al subcriterio 4.8
Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha.	Apartado 4.8 del autoinforme.

RESUMEN CRITERIO 4.

FORTALEZAS DETECTADAS EN EL CRITERIO 4

- GMIM cuenta con profesorado con amplia experiencia docente e investigadora.
- El nivel de satisfacción de la actuación docente es muy alto y continúa la tendencia de mejora.
- La satisfacción del profesorado con el programa formativo es alta
- El título se considera totalmente sostenible teniendo en cuenta el perfil de la formación y los recursos disponibles.

DEBILIDADES DETECTADAS EN EL CRITERIO 4 Y ACCIONES DE MEJORA PUESTAS EN MARCHA (incluir codificación de la AM)

La CGICT no ha identificado puntos débiles en este criterio.

CRITERIO 5. RECURSOS Y APOYO A LA DOCENCIA

5.1. El título cuenta con la infraestructura y los recursos adecuados teniendo en cuenta el tamaño de los grupos, el desarrollo de las actividades formativas y las metodologías de enseñanza-aprendizaje. El estudiantado está satisfecho con las infraestructuras y recursos disponibles. El profesorado está satisfecho con las infraestructuras y recursos disponibles.

El Grado en Marketing e Investigación de Mercados dispone de infraestructuras, recursos materiales y medios tecnológicos adecuados para el correcto desarrollo de las actividades formativas previstas, de acuerdo con el número de estudiantes matriculados, el tamaño de los grupos y las metodologías de enseñanza-aprendizaje utilizadas.

Las aulas utilizadas en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales están debidamente equipadas con mobiliario ergonómico, cañones de proyección, pantallas, pizarras, enchufes y climatización. Su capacidad es adecuada al tamaño de los grupos, tanto para la docencia teórica como para seminarios y subgrupos de prácticas. Los espacios se asignan conforme a las necesidades específicas del título, respetando criterios de accesibilidad y comodidad.

Con respecto a los espacios complementarios, cabe destacar que la facultad ofrece salas de lectura, salas de trabajo en grupo, salas de reuniones, aulas de informática y zonas comunes de descanso que pueden ser utilizadas por el estudiantado de GMIM. Además, la biblioteca de la facultad, junto con la biblioteca General y los recursos digitales de la UGR, proporciona un número suficiente de puestos de estudio, acceso a bases de datos bibliográficas, suscripciones electrónicas y ejemplares físicos de manuales clave para todas las materias del plan de estudios.

La titulación utiliza la plataforma PRADO (Plataforma de Recursos de Apoyo a la Docencia) como entorno virtual de referencia. Se fomenta activamente su uso por parte del profesorado y del estudiantado.

A partir de la información recogida en las encuestas de satisfacción realizadas a dos colectivos (PDI y estudiantado) y presentada en la tabla 5.1. (anexo 2), se aprecia cómo la valoración de las infraestructuras, recursos y servicios por parte del estudiantado se mantiene en valores medios altos en los últimos años como resultado del gran esfuerzo que la Facultad está realizando en la mejora de sus infraestructuras, servicios y dotación de recursos. Para el curso 2023/24, la satisfacción media del estudiantado se sitúa en 3,90, bajando ligeramente la satisfacción del profesorado (de 4,49 en el curso 2021/22 al 4,30 en el curso 2023/24). En cuanto a la satisfacción con la gestión administrativa del título, las valoraciones son medias por parte del estudiantado, experimentando un aumento hasta un 3,26 y manteniéndose constante para el profesorado en un 4,47 en el curso 2023/24.

Evidencias 5.1	**Enlace web**

Descripción de las infraestructuras disponibles para el desarrollo de las diferentes actividades formativas.	https://fccee.ugr.es/facultad/presentacion
Descripción de las características y funcionamiento de la biblioteca.	https://biblioteca.ugr.es/informacion/organizacion/economicas
Acceso a la plataforma virtual y estadísticas de utilización.	https://prado.ugr.es/
Indicadores de satisfacción del estudiantado con las infraestructuras y recursos.	Cuadro de mandos: Indicadores relativos al subcriterio 5.1.
Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha	Apartado 5.1 del autoinforme
Indicadores de satisfacción del profesorado con las infraestructuras y recursos	Cuadro de mandos: Indicadores relativos al subcriterio 5.1.
Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha.	Apartado 5.1 del autoinforme

5.2. En su caso, las acciones realizadas para favorecer la movilidad del estudiantado son adecuadas a las características del programa formativo. El estudiantado está satisfecho con los programas de movilidad. Los coordinadores de movilidad están satisfechos con los programas de movilidad.

El Grado en Marketing e Investigación de Mercados cuenta con una amplia oferta de destinos de movilidad, tanto dentro del programa Erasmus+ como en convenios bilaterales con universidades de Europa, América y Asia. La adecuación académica de los destinos se garantiza a través de acuerdos con centros que ofrecen planes de estudio compatibles con el del GMIM, facilitando la adquisición de competencias durante el periodo de movilidad.

El procedimiento para la revisión de convenios se gestiona de forma coordinada entre ella facultad de ciencias económicas y empresariales y el Vicerrectorado de Internacionalización, con el apoyo de los departamentos implicados. Los coordinadores de movilidad del título evalúan anualmente la calidad de las movilidades realizadas, proponiendo la renovación, modificación o cancelación de convenios en función de la experiencia académica y administrativa de los estudiantes.

La información sobre movilidad se difunde mediante sesiones informativas presenciales, tablones físicos y virtuales, y a través del portal web de la Facultad y del Vicerrectorado. La asignación de destinos se realiza con criterios objetivos (nota media, nivel de idioma, adecuación académica), y queda regulada por convocatorias públicas y resoluciones motivadas.

El Centro dispone de un procedimiento consolidado de acogida de estudiantes de intercambio, que incluye sesiones de orientación, apoyo administrativo y tutorías específicas por parte del coordinador de movilidad. Además, se favorece la integración del alumnado entrante mediante el Programa Mentor y el uso de recursos virtuales de la UGR.

Cada titulación cuenta con una figura de coordinador/a de movilidad, designado por el Centro entre el profesorado del título. La función se reconoce oficialmente mediante resolución decanal, y se incluye como parte del encargo docente. El coordinador actúa como interlocutor principal con el estudiantado y con las instituciones socias.

Por lo que se refiere a los indicadores de movilidad del estudiantado, según se observa en la tabla 5.2 (anexo 2), el número de estudiantes *outgoing* aumenta en el curso 2023/24, pasando de 25 a 45 estudiantes, aumentando el número de universidades de destino del estudiantado del título en 12, hasta alcanzar las 32 universidades de destino. Disminuye en 16 el número de estudiantes *incoming*, pasando a 62 en este curso 2023/24. Según los cuestionarios, el grado de satisfacción del estudiantado con la Oferta de Movilidad se sitúa en un valor de 3,35, superior a la del curso anterior. Podemos comprobar que el grado de satisfacción del profesorado aumenta con respecto al curso 2021/22, situándose en un 4,13.
La acción de mejora SGC-P04-017838 (en proceso), desarrollada por la UCIP, tiene como objetivo elaborar un informe de la satisfacción del estudiantado que ha participado en la movilidad de ERASMUS para su posterior valoración por Centros y Títulos, lo que permitirá un mayor conocimiento sobre esta materia con el objetivo de emprender propuesta de mejora si fuera necesario.

Evidencias 5.2	Enlace web
Listado de destinos de movilidad.	https://fccee.ugr.es/movilidad/outgoing#contenido10
Número de estudiantes de movilidad entrante y saliente.	Cuadro de mandos: Indicadores relativos al subcriterio 5.2
Procedimiento de revisión y actualización de convenios de movilidad.	https://fccee.ugr.es/sites/centros/fccee/public/inline-files/Manual%20movilidad%20FINAL.pdf?
Procedimiento de información y asignación de destinos de movilidad.	https://fccee.ugr.es/movilidad/outgoing
Procedimiento de acogida de estudiantes de movilidad entrante.	https://fccee.ugr.es/movilidad/incoming https://internacional.ugr.es/estudiantes/movilidad-entrante?
Procedimiento de designación de coordinadores y reconocimiento de sus funciones.	https://internacional.ugr.es/estudiantes/servicios-recursos/programa-mentor?q=en/estudiantes/servicios-recursos/mentor-programme
Procedimiento de gestión y apoyo al estudiante de movilidad.	https://internacional.ugr.es/estudiantes/servicios-recursos/programa-mentor?q=en/estudiantes/servicios-recursos/mentor-programme
Indicadores de satisfacción del alumnado de movilidad.	Cuadro de mandos: Indicadores relativos al subcriterio 5.2 https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/indicadores
Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha.	Informes de seguimiento de la titulación https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/autoinformes-informes-seguimiento-externo
Indicadores de satisfacción del profesorado que coordina la movilidad.	Cuadro de mandos: Indicadores relativos al subcriterio 5.2 https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/indicadores
Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha.	Informes de seguimiento de la titulación https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/autoinformes-informes-seguimiento-externo

5.3. En el caso de que el programa formativo incluya prácticas académicas externas, se desarrollan de manera adecuada, dispone de plazas suficientes con convenios de cooperación educativos específicos para el título. El estudiantado está satisfecho con las prácticas externas. Las personas externas que tutelan las prácticas están satisfechas con las mismas.

Durante el periodo 2021–2024, la oferta de destinos para la realización de prácticas externas ha sido suficiente para cubrir la demanda del estudiantado matriculado en la asignatura, garantizando su adecuación académica y facilitando la adquisición de competencias profesionales relacionadas con los perfiles del Grado en Marketing. El catálogo de convenios se actualiza anualmente, incorporando nuevas entidades colaboradoras y renovando aquellas cuya actividad se ajusta al perfil formativo del título.

El Vicedecanato de Estudiantes, Empleo, Igualdad y Diversidad, en colaboración con el Centro de Empleo y Prácticas, es el coordinador general de las prácticas en la Facultad. Por tanto, no tutoriza a estudiantes, sino que asigna a un/a tutor/a académico/a, una vez que el/la estudiante haya formalizado la matrícula en la asignatura de "Prácticas externas".

El procedimiento para revisar y actualizar la oferta de convenios se realiza desde el centro en coordinación con el Vicerrectorado de Estudiantes y Empleabilidad, a través de ICARO, con propuestas valoradas desde la coordinación de prácticas. Además, se realiza un análisis posterior de las actividades desarrolladas, a partir de las memorias de prácticas del alumnado y los informes de los tutores, para verificar su adecuación a los resultados de aprendizaje y competencias del título.

La asignación de prácticas se gestiona principalmente a través de la plataforma ICARO, siguiendo criterios objetivos basados en las preferencias del estudiantado, su expediente académico y la adecuación entre el perfil de la plaza ofertada y las competencias del título.

El número de tutores externos ha sido adecuado al volumen de estudiantes en prácticas. Dichos tutores suelen ser profesionales en activo con experiencia en el ámbito del marketing, la comunicación, la investigación de mercados, el análisis comercial o áreas afines. Los criterios de selección incluyen: pertenencia a la entidad colaboradora, vinculación profesional con funciones acordes al perfil del grado y compromiso en el acompañamiento formativo.

Desde la coordinación de prácticas se proporciona una Guía del tutor externo, en la que se especifican sus funciones, los objetivos de las prácticas y los criterios de evaluación. Asimismo, se fomenta la comunicación directa entre tutores académicos y externos, para garantizar la coherencia en la supervisión y evaluación del desempeño del estudiantado.
Lo anterior nos permite concluir que existen protocolos elaborados para la realización de las prácticas externas.
Según se muestra en la tabla 5.3, (ver anexo 2), el estudiantado encuestado tiene un medio-alto grado de valoración de las prácticas realizadas en su conjunto (3,43). La satisfacción con el tutor de prácticas es alta (4,50), aunque ligeramente inferior a la del curso 2021/22. La satisfacción del estudiantado con el tutor externo, a pesar de su caída, sigue en un nivel medio, ubicándose en 3,39 para el curso 2023/24. Destaca la importante bajada en la satisfacción del estudiantado con la oferta de entidades bajando de 3,19 en el curso 2022/23 al 2,71 durante el curso 2023/24, situándose en niveles medios bajos de años anteriores. Con objeto de mejorar este indicador se va a proponer una acción de mejora, con objeto de detectar los motivos de la baja satisfacción del estudiantado con las entidades ofertadas en las prácticas externas en la titulación. En primer lugar, se revisará el cuestionario a los estudiantes participantes en el programa de prácticas para recabar más información. Este cuestionario se elaborará en colaboración con el Vicedecanato de Estudiantes, Empleo, Igualdad y Diversidad. A partir del cuestionario de Evaluación de las prácticas cumplimentado por los estudiantes que han realizado las prácticas externas, se realizará un estudio. En segundo lugar, el citado estudio, se pondrá a disposición de la Comisión de Calidad del Centro y del título el estudio indicado para su valoración y realización de propuestas de mejora si fuera necesario.
La satisfacción del estudiantado con la oferta de entidades para la realización de las prácticas externas no alcanza los niveles deseados. Por ello desde la CGICT se plantea una acción de mejora consistente en impulsar la difusión del listado de entidades disponibles para la realización de prácticas externas en la Titulación (acción SGC-P03-020116).
La Facultad, por su parte, establece en su Plan de Comunicación la difusión de esta información sobre los servicios de orientación tanto académica como profesional, y se realiza, al menos, una vez por curso académico a través de la página web, redes sociales, reuniones informativas y de correo electrónico, dirigida al estudiantado y otros grupos de interés. Asimismo, se creó a nivel de centro, la acción de mejora SGC-P08-018960 (en proceso), para diseñar mecanismos que nos permitan evaluar periódicamente la eficacia de nuestro plan de comunicación, con objeto de conseguir una comunicación efectiva con todos nuestros grupos de interés. A este respecto, se ha definido la sistemática para la revisión del Plan de Comunicación (PC) anual, analizado la viabilidad de los indicadores propuestos para evaluar la eficacia y el impacto de este Plan en la mejora de la difusión de la información. Acta sesión de CCC 11/07/2024, se han elaborado píldoras en formato QR de diferentes contenidos informativos de la FCCEE, disponibles en la entrada del Centro, y se ha elaborado una encuesta de calidad del boletín de la FCCEE.

Nº de créditos de prácticas académicas externas obligatorias	0
Nº de créditos de prácticas optativas (de especialidad, mención o itinerario)	12
Nº total de plazas ofertadas (desglosar en su caso, las plazas si ofertan en varios idiomas)	En nuestro caso las plazas ofertadas es un numero variable que depende de cuantas empresas se presenten. Todo el estudiantado que solicita esta asignatura puede realizarla.
Nº total de plazas ofertadas (desglosar en su caso, las plazas si se ofertan en varios idiomas)	En nuestro caso las plazas ofertadas es un numero variable que depende de cuantas empresas se presenten. Todo el estudiantado que solicita esta asignatura puede realizarla.

Evidencias 5.3	**Enlace web**
Listado de convenios para prácticas externas y número de plazas ofertadas.	https://fccee.ugr.es/sites/centros/fccee/public/ficheros/Curso%202024-2025/Contenido%20de%20pr%C3%A1cticas%20externas%202025.docx
Listado de plazas cubiertas en cada centro.	https://fccee.ugr.es/sites/centros/fccee/public/ficheros/Curso%202024-2025/Contenido%20de%20pr%C3%A1cticas%20externas%202025.docx
Procedimiento de asignación de las prácticas externas.	No procede. No hay procedimiento de asignación. El estudiante aplica a la oferta de Ícaro que desea. Si hay varios estudiantes, es la empresa la que realiza una entrevista de trabajo

Evidencias 5.3	Enlace web
Número de tutores de prácticas de la universidad y del centro conveniado. Criterios de designación de tutores.	El Grado cuenta con un equipo de tutores académicos de prácticas formado por profesorado de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, distribuido por departamentos. El número de tutores varía cada curso según la disponibilidad y la oferta de plazas, pero se organiza para asegurar la cobertura de todos los estudiantes matriculados en la asignatura de Prácticas Externas. Para garantizar una asignación equilibrada y transparente de la carga docente de tutorías, se han establecido los siguientes criterios de designación: Existe un límite máximo por Departamento de 5 créditos asignables a funciones de tutoría de prácticas externas. Ningún profesor/a podrá superar 3 créditos de carga docente total por este concepto. El listado de profesores/as disponibles como tutores se consensua y publica en cada departamento. Para distribuir equitativamente el estudiantado entre los tutores, se aplican dos opciones de asignación: Criterio 1: Asignación estándar (10 estudiantes por tutor/a) Los estudiantes se asignan siguiendo el orden de la lista de tutores proporcionada. Cada tutor/a recibe hasta 10 estudiantes, equivalente a 1 crédito de carga docente. El proceso continúa con el siguiente tutor/a en la lista hasta completar la asignación. Criterio 2: Asignación ampliada (más de 10 estudiantes por tutor/a) También se sigue el orden de la lista de tutores/as, pero se asigna a cada uno un número mayor de estudiantes (superior a 10), por ejemplo 25 estudiantes (2,5 créditos). El número exacto se acuerda previamente con los Departamentos, respetando el límite individual de 3 créditos. Ambos criterios garantizan flexibilidad y adaptación a las necesidades del curso, teniendo en cuenta el volumen real de prácticas gestionadas. Es importante señalar que, debido a la variación anual en la demanda de prácticas, los últimos profesores en la lista podrían no recibir asignación completa si se cubre el volumen con anterioridad.
Procedimiento de revisión y actualización de los convenios de prácticas.	No procede. No se firman convenios hasta que un estudiante aplica a la oferta. Se firma un convenio por cada estudiante. Los convenios los propone, redacta y gestiona el Centro de Empleo
Procedimiento de coordinación de los tutores externos.	No procede
Procedimiento de presentación y evaluación de los resultados de las prácticas (rúbrica).	https://fccee.ugr.es/sites/centros/fccee/public/inline-files/Informe-tutor-externo.doc https://fccee.ugr.es/sites/centros/fccee/public/inline-files/Informe-tutor-interno.doc https://fccee.ugr.es/sites/centros/fccee/public/inline-files/ENCUESTA-VALORACION-PRACTICAS-ALUMNADO.pdf
Indicadores de satisfacción del alumnado con las prácticas externas.	Apartado satisfacción con las prácticas externas en la página web del título: https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/indicadores Cuadro de mandos: Indicadores relativos al subcriterio 5.3.
Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha.	Apartado 5.3 del autoinforme
Indicadores de satisfacción de los tutores de prácticas.	Apartado satisfacción con las prácticas externas en la página web del título: https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/indicadores Cuadro de mandos: Indicadores relativos al subcriterio 5.3.

Evidencias 5.3	Enlace web
Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha.	Apartado 5.3 del autoinforme

5.4. El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es adecuado y suficiente para el desarrollo del programa formativo y está satisfecho con el desarrollo del programa formativo/centro donde se imparte el título.

El título cuenta con el personal de apoyo necesario para garantizar el correcto desarrollo de las actividades formativas prácticas. Este personal incluye técnicos de medios (cuando se imparten asignaturas con componentes prácticos en aulas informáticas), responsables de los espacios docentes con soporte técnico (aulas TIC) y personal de apoyo a la gestión de prácticas externas.
El perfil profesional de este personal es adecuado y su capacitación está alineada con las necesidades de las asignaturas y del desarrollo profesional del estudiantado. Por ejemplo, el personal que gestiona la plataforma ICARO para prácticas externas posee experiencia en gestión universitaria y orientación laboral.
El título dispone de personal suficiente en los servicios de biblioteca, orientación, asesoramiento y apoyo académico. En concreto, la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales dispone de personal técnico-bibliotecario especializado en economía, empresa y marketing, con experiencia en atención a estudiantes y manejo de recursos digitales y físicos.
Además, el estudiantado cuenta con personal de apoyo en puntos de información del centro, orientación académica, movilidad internacional y gestión administrativa, tanto presencialmente como a través del Servicio de Atención Estudiantil.
La Facultad cuenta con una plantilla de PTGAS adecuada para el volumen de actividad académica del Grado. Este personal desarrolla tareas relacionadas con la planificación docente, matrícula, gestión de expedientes, apoyo en la tramitación de prácticas externas y movilidad, así como asistencia directa a estudiantes y profesorado. El personal adscrito al Grado en Marketing está formado por funcionarios y personal laboral con experiencia consolidada en gestión universitaria.
La satisfacción del PTGAS con el desarrollo del programa formativo es alta, superando los registros de años anteriores con un 4,65. (Véase tabla 5.4, anexo 2).

Evidencias 5.4	Enlace web
Listado y perfil del personal de apoyo disponible para la realización de las prácticas.	https://fccee.ugr.es/facultad/directorio-personal?
Listado y perfil del personal disponible para el resto de las actividades de apoyo para el desarrollo del programa formativo.	https://fccee.ugr.es/facultad/directorio-personal?
Listado y descripción del personal de administración y gestión asignado al título/centro.	https://fccee.ugr.es/facultad/directorio-personal?
enIndicadores de satisfacción del personal de apoyo asignado al título/centro.	Apartado satisfacción con las prácticas externas en la página web del título: https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/indicadores Cuadro de mandos: Indicadores relativos al subcriterio 5.4.
Análisis realizado de los indicadores de satisfacción del personal de apoyo asignado al título/centro y acciones de mejora puestas en marcha.	Apartado 5.4 del autoinforme.

5.5. En caso de enseñanza híbrida o virtual, el título cuenta con los recursos necesarios en infraestructura y personal de apoyo. El estudiantado está satisfecho con la docencia no presencial recibida. El profesorado está satisfecho con la docencia no presencial impartida.

No procede

RESUMEN CRITERIO 5.

FORTALEZAS DETECTADAS EN EL CRITERIO 5

- Las infraestructuras, recursos y la dotación de servicios son los adecuados para las características del título.
- Se cuentan con aulas dotadas de todos los medios audiovisuales, así como el PTGAS adecuado que las atienden satisfactoriamente, existiendo un proceso de actualización y mejora continua en la dotación de medios para la docencia virtual por parte del centro.
- La valoración de los distintos colectivos sobre la adecuación de infraestructuras, recursos y servicios es alta, mejorando respecto del curso anterior la satisfacción del estudiantado y PTGAS, y manteniéndose en niveles muy altos la del profesorado.
- La satisfacción del estudiantado, profesorado y tutores externos con el programa de prácticas es media.

DEBILIDADES DETECTADAS EN EL CRITERIO 5 Y ACCIONES DE MEJORA PUESTAS EN MARCHA (incluir codificación de la AM)

- La satisfacción del estudiantado es baja con la oferta de entidades de prácticas externas. Para dar respuesta a esta debilidad, se ha creado la acción de mejora SGC-P03-020116.

DIMENSIÓN 3: RESULTADOS

CRITERIO 6. RESULTADOS DEL PROGRAMA FORMATIVO

6.1. Los resultados del proceso de aprendizaje alcanzados por el estudiantado se corresponden con el nivel MECES, son acordes con el perfil de egreso y con la memoria verificada.

En el apartado apartado 8.2 "Progreso y resultados de aprendizaje" de la Memoria del título describe cómo se realiza la evaluación para asegurar que los resultados se ajustan al nivel MECES del título. Por otro lado, todas las guías docentes incorporan secciones detalladas de resultados de aprendizaje, alineados con los objetivos y competencias de la Memoria verificada. Además, en la web del título están disponibles todas las guías docentes del curso vigente, lo que demuestra que se mantienen activas y públicas durante más de un año académico.

Evidencias 6.1	Enlace web
Guías docentes	https://grados.ugr.es/informacion/guias-docentes-firmadas/2021-2022/grado-marketing-investigacion-mercados
Información sobre cinco asignaturas obligatorias representativas del programa formativo entre ellas TFM/TFG y en su caso las practicas externas. Guías docentes. Información sobre el profesorado de la asignatura. Selección de pruebas de evaluación del estudiantado que cubran el espectro de calificaciones (suspenso, aprobado, notable y sobresaliente). En caso de evaluación continua, tabla que permita su contextualización. Debe incluir como mínimo la ponderación y la tipología de las distintas pruebas.	Esta información será facilitada por acceso restringido ya que contiene datos de carácter personal.

6.2. Las actividades formativas, la metodología y los sistemas de evaluación son pertinentes y adecuadas para certificar los diferentes aprendizajes reflejados en el perfil de formación y se adecuan a la memoria verificada.

El Grado en Marketing e Investigación de Mercados se encuentra alineado con el nivel 2 del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES), correspondiente al nivel de Grado. Los resultados de aprendizaje descritos en la memoria verificada reflejan competencias propias de este nivel, como la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes, emitir juicios fundamentados, comunicar información, ideas y soluciones a públicos especializados y no especializados, y desarrollar habilidades de aprendizaje autónomo. La coherencia entre los resultados previstos y el nivel MECES se verifica a través de la estructura del plan de estudios, la planificación de las asignaturas y la metodología docente adoptada.

Las evidencias recogidas durante el periodo evaluado muestran una correspondencia adecuada entre los resultados de aprendizaje alcanzados y los definidos en la memoria verificada. Estos resultados están debidamente especificados en las guías docentes y se evalúan mediante sistemas que permiten valorar competencias específicas, transversales y generales. El proceso de evaluación, junto con la implementación de metodologías activas, facilita que el estudiantado alcance los resultados esperados en coherencia con los objetivos formativos del título.

El título se imparte en modalidad presencial, cumpliendo con lo establecido en la memoria verificada. En el caso de que existan actividades en entornos virtuales (como clases online puntuales o apoyo a través del campus virtual), estas se integran como herramientas complementarias y están alineadas con los resultados de aprendizaje del título.

El proceso de elaboración y defensa de los TFGs/TFMs es coherente con la normativa interna de la Universidad de referencia y con el marco normativo general. Así, el Trabajo fin de Grado en la Universidad de Granada se encuentra regulado en la Normativa para la creación, modificación, suspensión temporal o definitiva y gestión de títulos de Grado en la Universidad de Granada, aprobada en sesión extraordinaria de Consejo de Gobierno de 25 de mayo de 2015 y modificada en sesión ordinaria del Consejo de Gobierno de 23 de octubre de 2019. El Capítulo II del Título IV de dicha normativa trata los aspectos generales sobre la tipología de los Trabajos fin de Grado, el

procedimiento de matriculación y gestión académica, la coordinación académica y la tutoría de los trabajos, el procedimiento para la oferta y asignación, el procedimiento de evaluación, así como la autoría y originalidad del Trabajo fin de Grado. La normativa aplicable al trabajo fin de grado de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales se rige por el reglamento TFG UGR, las directrices TFG FCCEE y la resolución TFG FCCEE curso 2024-2025.

Las prácticas externas están diseñadas para garantizar la adquisición de las competencias previstas en el programa formativo. Cada estudiante cuenta con un tutor académico y un tutor externo, quienes aseguran el seguimiento del proceso formativo y la adecuación de las tareas asignadas a las competencias específicas del título.

El sistema de evaluación de las prácticas incluye varios elementos: informe del tutor externo, memoria final del estudiante y valoración del tutor académico. Estos instrumentos están normalizados mediante plantillas oficiales, garantizando así la objetividad, la equidad y la homogeneidad en la evaluación del desempeño del estudiantado.

Evidencias 6.2	**Enlace web**
Guías docentes (incluyendo programa, resultados de aprendizaje, actividades formativas y sistemas de evaluación) de las asignaturas (cabe referencia a las publicadas vía web si las mismas se encuentran actualizadas y resultan suficientemente pormenorizadas).	= Evidencia 6.1
Plan de estudios del título pormenorizando las actividades formativas llevadas a cabo en el proceso de enseñanza-aprendizaje.	https://grados.ugr.es/marketing/docencia/plan-estudios
Documento del SGC sobre los procesos asociados al desarrollo de los programas formativos para favorecer el aprendizaje del estudiantado, así como la recopilación y el análisis de los resultados.	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/sistema-garantia-calidad
Listado de TFMs/TFGs defendidos y calificaciones.	Esta información se facilitará en el acceso restringido por contener datos personales.
Rúbrica de la presentación y evaluación de los TFMs/TFGs.	
Listado de prácticas externas realizadas, centros, tutores internos y externos.	Esta información se facilitará en el acceso restringido por contener datos personales.

6.3. Los resultados de los indicadores académicos y su evolución se adecúan a los objetivos formativos del plan de estudios.

Atendiendo a la información facilitada por la UCIP en la tabla 6.3 (véase anexo 2) se observa para el curso 2023/24 que el nivel de suspensos disminuye con respecto al curso 2022/23; incrementándose el número de aprobados (39,77) y el de matrículas de honor (2,19%). Los porcentajes de sobresalientes prácticamente se mantienen, bajando muy ligeramente (de 7,42% del curso 2022/23 a 7,36% del curso 2023/24). El porcentaje de notables, aunque baja ligeramente con respecto al curso anterior, se sitúa en el 33,72%.
La UCIP a través de la acción de mejora SGC-P08-019542 ha desagregado la información de los resultados por asignatura. Desde la CGIC del Título se ha analizado la situación a nivel de asignatura y se ha enviado esta información a los departamentos para que realicen un análisis complementario.

La tasa de graduación (59,06%) ha mejorado con respecto a la del curso 2022/23 (56,69%), alcanzando un valor superior a la de referencia en la memoria verificada del Título (50% tasa de graduación). También mejora la tasa de abandono, situándose en el 15,15%, 3,15 puntos porcentuales por debajo de la del curso 2022/23, por debajo del 30% fijado en la memoria verificada. La tasa de abandono presenta una tendencia decreciente en los tres

últimos años, siendo mayor la caída en el curso 2023/24. En cuanto a la tasa de rendimiento, del total de créditos matriculados, son superados por el estudiantado de la titulación el 84.57%, una tasa 4,57 puntos por encima de la del curso 2022/23, superior al 64% de tasa de referencia establecida en la memoria verificada del Título, alcanzando el valor más alto de los cuatro últimos años. De otro lado, la tasa de eficacia del Título es ligeramente superior a la del curso anterior, alcanzando el 94,79%.

Evidencias 6.3	Enlace web
Indicadores (según tipo de enseñanza): Información sobre calificaciones globales del título y por asignaturas y tipo de enseñanza.	Indicadores calificaciones globales: Cuadro de mandos: Indicadores relativos al subcriterio 6.3 Indicadores calificaciones: disponible en acceso restringido.
Resultados globales de la titulación de los últimos seis años: Tasa de rendimiento Tasa de eficacia Tasa de graduación Tasa de abandono	Cuadro de mandos: Indicadores relativos al subcriterio 6.3 Indicadores calificaciones: disponible en acceso restringido.

6.4. El título dispone de indicadores para analizar el grado de satisfacción del estudiantado con cada asignatura, así como con el programa formativo.

Según se presenta en la tabla 6.4 (ver anexo 2), el nivel de satisfacción general del estudiantado con el programa formativo de GMIM en el curso 2023/24 se sitúa en 3,31, empeorando respecto del 4.11 alcanzado en el curso 2022/23, pero por encima de los niveles de cursos anteriores. Para reforzar este indicador, por parte del centro se ha abierto la acción de mejora SGC-P01-019654 (en proceso) con la finalidad de dotar de recursos al colectivo de estudiantado de tercer ciclo que les permita el desarrollo de actividades formativas en la FCCEE. Para septiembre de 2024 se han terminado las obras de remodelación de la antigua Oficina de Caja Granada y el espacio resultante de la división de la antigua reprografía, creándose 2 espacios útiles para uso de institutos interuniversitarios y para doctorandos.

El análisis de los resultados por asignaturas muestra que el 10% (5 de las 49) tiene un porcentaje de "no presentados" superior al 25%, siendo la asignatura TÉCNICAS ESTADÍSTICAS MULTIVARIANTES, con un 60% la que presenta el porcentaje mayor. En cuanto al porcentaje de suspensos, el 10% de las asignaturas tiene un porcentaje superior, en este caso al 20%; siendo INVESTIGACIÓN DE MERCADOS III, con un 24,82% la de mayor porcentaje de suspensos. El 28,6% de las asignaturas no presentan suspensos. Con respecto a las matrículas de honor, prácticamente el 80% de las asignaturas ha concedido alguna matrícula de honor, siendo, SOCIOLOGÍA DEL CONSUMO la de mayor porcentaje con un 6.52% de los matriculados, seguida por SISTEM.INFORMÁT.DE SOPORTE A LA COLABOR.Y DECISIÓN e INFORMÁTICA APLICADA A LA GESTIÓN COMERCIAL con un 6,45% y 6,12% respectivamente.

Evidencias 6.4	Enlace web
Indicadores de Satisfacción del estudiantado por asignatura.	Esta información será facilitada en acceso restringido.
Indicadores de Satisfacción del estudiantado con el programa formativo.	Apartado satisfacción del estudiantado: https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/indicadores Cuadro de mandos: Indicadores relativos al subcriterio 6.4.
Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha.	Apartado 6.4 autoinforme.

RESUMEN CRITERIO 6.

FORTALEZAS DETECTADAS EN EL CRITERIO 6

- Niveles altos de satisfacción con el programa formativo por parte del profesorado y PTGAS, alcanzando las puntuaciones más altas de los cuatro últimos ejercicios.
- Cambio en la tendencia que se venía observando de reducción de satisfacción del estudiantado, que valora en mayor medida en este curso el programa formativo.
- Mejora de todos los indicadores de rendimiento del título.

- Mejora en las calificaciones globales.
- Descenso de la tasa de abandono. En los últimos años, en las Jornadas del Salón Estudiantil de la Universidad de Granada, se han programado charlas impartidas por la coordinación del Grado en Marketing e Investigación de Mercados en las que se daba información pormenorizada del Grado, con el objetivo de asesorar al estudiantado y de resolver sus dudas. Además, cabe destacar, la inclusión de un vídeo explicativo del Grado en la página del grado.

DEBILIDADES DETECTADAS EN EL CRITERIO 6 Y ACCIONES DE MEJORA PUESTAS EN MARCHA

La CGICT no ha identificado puntos débiles en este criterio.

CRITERIO 7: ORIENTACIÓN ACADÉMICA, ORIENTACIÓN PROFESIONALY EMPLEABILIDAD

7.1. El título tiene los servicios necesarios para poder garantizar la orientación académica y profesional del estudiantado. El estudiantado está satisfecho con los servicios orientación académica y profesional del estudiantado.

A lo largo del curso 2023/24, tanto a nivel institucional de la Universidad de Granada y del Centro, se han desarrollado numerosas actuaciones de orientación académica y profesional. A nivel de Centro, el Plan de Orientación Académica, dirigido a proporcionar información y apoyo al estudiantado en el desarrollo de sus estudios en la FCCEE, se ha articulado en diversas actividades que incluyen, entre otras, las siguientes:

- Información académica ofrecida por la coordinación de los grados en las jornadas de acogida a los estudiantes de bachillerato con la participación en el IX Salón Estudiantil UGR 2024 (15, 16, y 17 abril).
- La coordinación de los distintos grados participó en la organización de las Jornadas de acogida a los estudiantes de nuevo ingreso y las Jornadas informativas para los estudiantes de segundo a quinto (ambas celebradas el 5 de octubre de 2023), con la colaboración de distintos miembros del Equipo Decanal, Servicio de Deportes, Centro de Lenguas Modernas y la Delegación de Estudiantes de la FCCEE.
- Elaboración de la Guía del Estudiante del curso 2023/24 en coordinación con el Vicedecanato de Ordenación Académica.
- Revisión de las guías docentes para asegurar su adecuación a la Memoria Verifica del Título y a la Normativa de evaluación y de calificación de los estudiantes de la UGR.
- Específicamente, desde ordenación académica y desde la coordinación de los títulos se realiza el seguimiento del Plan de Coordinación Horizontal y Vertical de los diferentes títulos, así como consultas a los representantes de grupo a través de partes mensuales y reuniones periódicas y se gestionan sugerencias, quejas y comentarios a través de la web del Grado y de PRADO.
- Desde los diversos vicedecanatos responsables y desde la coordinación de los Títulos se realiza una previsión de responsables de tutorización para NEAE, Movilidad Internacional e Interna, Prácticas de Empresa y Trabajos de Fin de Grado y se mantienen reuniones de formación y de seguimiento de sus actuaciones.
- Existe un plan de divulgación de actividades, conferencias y cursos, normativa, plazos de interés, etc. a través de las redes sociales, principalmente Facebook y X. En cuanto al plan de orientación profesional, se han llevado a cabo las siguientes actuaciones:
- En las intervenciones de la coordinación de los grados en las jornadas de acogida a los estudiantes de bachillerato celebradas en el IX Salón Estudiantil UGR 2024 (15, 16, y 17 abril) se informa de las salidas profesionales de los diferentes grados. Asimismo, en el marco de las jornadas de acogida al estudiantado de nuevo ingreso y de las charlas informativas para el estudiantado de 2º a 4º, se introducen los aspectos básicos de orientación al posgrado y las prácticas de empresa.
- Desde el Vicedecanato de Estudiantes, Empleo, Igualdad, y Diversidad se realizó una sesión informativa específica sobre las Prácticas Externas en empresas, difundida desde la coordinación del GMIM a través de PRADO, y que tuvo lugar de manera presencial el día 23 de febrero de 2024
- VIII Edición del curso "Mejoras en habilidades para la búsqueda, obtención y mantenimiento de empleo", organizado por el Vicedecanato de Estudiantes, Empleo, Igualdad y Diversidad en colaboración con el Centro de Empleo y Prácticas, dependiente del Vicerrectorado de Innovación Social, Empleabilidad y Emprendimiento, celebrado el día 7 de mayo de 2024.
- X Edición del Premio al Emprendimiento FCCEE para estudiantes matriculados en estudios de grado o posgrado de la FCCEE, así como egresados de la misma que hayan finalizado sus estudios en los dos años anteriores a la

convocatoria del premio, y cuyo objetivo principal es estimular el espíritu emprendedor y divulgar los proyectos empresariales de los estudiantes y egresados del Centro.

- Colaboración con varias unidades y cátedras de la UGR en la promoción del empleo y el emprendimiento como salida profesional, tales como la UGR Emprendedora, la Cátedra Extenda de Internacionalización, Cátedra Talento y Liderazgo o la Cátedra Santander de Empresa Familiar en la Universidad de Granada.
- Se han actualizado los convenios para las prácticas externas en empresas y otros organismos, se organizan visitas a empresas de acuerdo con la Delegación de Estudiantes, y se hace seguimiento de la información de egresados a partir de la información del Centro de Empleo y Prácticas. Además, se realizan otras actuaciones de orientación académica y profesional a través de la información, orientación y apoyo al estudiante a través de la información del portal web de la UGR, la web de la FCCEE y del Título, las distintas sesiones de tutorías y según lo marcado en las Guías Docentes, mediante las secciones de orientación para estudiantes, mediante los enlaces para estudiantes y consulta y a través del espacio de coordinación del Título de la plataforma docente PRADO, donde se dispone de herramientas de comunicación (foro y avisos) y de secciones donde se aporta información específica del Título.

Según se observa en la tabla 7.1 (véase anexo 2), la satisfacción del estudiantado con los servicios de orientación académica y profesional ha bajado con respecto al curso anterior, situándose en niveles por debajo de 3, aunque ligeramente superior a los cursos 2020/21 y 2021/22.

Con objeto de mejorar los indicadores de satisfacción del estudiantado con el asesoramiento y orientación académica y profesional, existe una acción de mejora a nivel de Centro relativa a la creación y puesta en marcha de un Plan de Acción Tutorial que contribuya a que el estudiantado pueda mejorar sus objetivos académicos y profesionales (SGC-P01-018708). Las actuaciones desarrolladas en este sentido han sido las siguientes: Participar en la sesión de acogida del alumnado. Informar a los estudiantes sobre la propia Universidad, sobre la FCCEE y sobre la Titulación. Fomentar la participación en la vida universitaria y en sus órganos de gestión. Facilitar información y orientación sobre las prácticas. Informar de las orientaciones posibles y de las perspectivas profesionales. Complementar la formación con otras actividades: becas, programas de movilidad, cursos complementarios, etc. En relación con la acción estratégica del plan director VC-CC6 (Iniciar el diseño e implantación de un Plan Integral de Acción Tutorial (PIAT) de la FCCEE, con carácter inclusivo donde se incorpore los estudiantes NEAE, que redunde en la mejora del SGC del Centro, así como en la orientación y tutorización académica, profesional y social del estudiantado y profesorado, se ha trabajado por parte de la CCC en la preparación del Plan Integral de Acción Tutorial de la FCCEE, que incorpora también el anterior Plan de Acción Tutorial para estudiantado NEAE. Se aprobó por la CCC la solicitud del PIAT de la FCCEE en la CCC de 8 de noviembre de 2022. Puede consultarse la resolución definitiva de la Convocatoria de Planes de Acción Tutorial en Centros Académicos de 12 de enero de 2023. Igualmente se ha implementado en este curso 2023/24 el Programa para estudiantes con altas capacidades intelectuales (PEACI), que responde a las necesidades de estudiantes en su proceso de tránsito desde las enseñanzas medias hacia la educación superior.
Desde la UCIP se ha abierto una acción de mejora (RA-AMT-018892 – en proceso) con la que se pretende publicar en la página web de los títulos de grado y máster de la Universidad de Granada la información sobre la empleabilidad requerida en la guía de la ACCUA (21/07/2022). En la web de la Universidad de Granada se ofrece información sobre salidas profesionales y tipología de puestos de trabajo a que optan los egresados de la titulación. En primer lugar, en su página de presentación del catálogo de titulaciones que se ofertan en la misma y destinada al estudiantado de nuevo ingreso, se hace una breve descripción de las salidas profesionales de los diferentes estudios (http://estudiaengranada.ugr.es/grados/). En segundo lugar, en la página web del CEP se ofrece un mayor detalle sobre ámbitos profesionales, ocupaciones, situación actualizada del mercado de trabajo y perspectivas laborales, así como otros aspectos a tomar en consideración por parte del estudiantado para su inserción laboral, a través de su Guía de Salidas Profesionales. Además, desde la FCCEE se encuentra disponible una Guía de Perfiles Profesionales del Estudiantado de Economía y Empresa en la que se complementa la Guía de Salidas Profesionales del CEP con algunos perfiles profesionales no contemplados, al tiempo que se realiza una breve descripción de cada ocupación, indicando cuáles son las funciones y las tareas principales que se desempeñan. Asimismo, en la página web del título se ha creado un apartado específico sobre salidas profesionales de GMIM: Salidas profesionales Grado de Marketing e Investigación de Mercados.
Finalmente, desde la UGR se ha planteado la acción de mejora RA-RES-018184 (en proceso), por la que se pondrá en marcha en la UGR un estudio de satisfacción de empleadores diseñado desde el Subgrupo de Observatorios de Empleo del Grupo de Empleo de CRUE-Asuntos Estudiantiles. Hasta el momento se han desarrollado las siguientes acciones: 1. Diseño Instrumento; 2. Recogida de información; 3. Análisis de la información con distintos niveles de desagregación; 4. Difusión en la web del título de los resultados alcanzados y las propuestas de mejora derivadas de los mismos.

Además de las acciones planteadas anteriormente, se considera necesario abrir una nueva acción con el objetivo de mejorar los indicadores de satisfacción del estudiantado con el asesoramiento y orientación académica y profesional. Existen dos acciones de mejora: Una a nivel de Centro, relativa a la creación y puesta en marcha de un Plan de Acción Tutorial que contribuya a que el estudiantado pueda mejorar sus objetivos académicos y profesionales (SGC-P01-018708 - en proceso) y otra a nivel de UCIP (RA-AMT-018892 – en proceso) con la que se pretende publicar en la página web de los títulos de grado y máster de la Universidad de Granada la información sobre la empleabilidad requerida en la guía de la ACCUA (21/07/2022).
A pesar de estas acciones de mejora que están en proceso, la satisfacción del estudiantado con la orientación académica y profesional no alcanza los niveles deseados. Por ello desde la CGICT se plantea dos nuevas acciones de mejora consistentes en: 1. reforzar el asesoramiento de los potenciales futuros estudiantes del título (a nivel de instituto) sobre los contenidos y salidas profesionales del grado mediante reuniones con responsables de las materias en los institutos, y charlas a los estudiantes de bachillerato (acción SGC-P02-020114) y 2. identificar los intereses del estudiantado respecto a la orientación académica y profesional del grado mediante la elaboración de una encuesta que recoja los intereses del estudiantado, y un informe con el análisis de los resultados de la encuesta (acción SGC-P06-020115).

Evidencias 7.1	**Enlace web**
Plan de orientación académica.	https://grados.ugr.es/marketing/estudiantes/orientacion
Plan de orientación profesional.	https://grados.ugr.es/marketing/estudiantes/salidas-profesionales https://empleo.ugr.es/salidasprofesionales/
Indicadores de satisfacción del estudiantado con respecto a la orientación académica y profesional recibida.	Apartado satisfacción del estudiantado: https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/indicadores Cuadro de mandos: Indicadores relativos al subcriterio 7.1.
Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha.	Apartado 7.1 del autoinforme

7.2. Los resultados de los indicadores de empleabilidad de las personas egresadas son adecuados para las características de la titulación

En la tabla 7.2 (ver anexo 2), se muestran los indicadores de empleabilidad de los egresados del GMIM para los cursos 2018/19, 2019/20 y 2020/21. La metodología seguida de recogida de estos indicadores por el observatorio de empleo, es una metodología descriptiva de tipo transversal, ya que la información obtenida a través de los cuestionarios administrados representa la opinión de los egresados en el momento que se realiza el trabajo. La tasa de inserción de la titulación alcanzó el 67,02% en el curso 2021/2022, con un incremento de 15,47 respecto al curso anterior.

Evidencias 7.2	**Enlace web**
Indicadores de empleabilidad.	Observatorio de empleo UGR Cuadro de mandos: Indicadores relativos al subcriterio 7.2.
Análisis realizado de los indicadores de empleabilidad y acciones de mejora puestas en marcha.	Apartado 7.2 autoinforme.

7.3. Los perfiles de egreso fundamentalmente desplegados en el programa formativo mantienen su interés y están actualizados según los requisitos de su ámbito académico, científico o profesional.

El título dispone de un procedimiento sistemático para revisar el interés, actualidad y adecuación del perfil de egreso, en coherencia con los objetivos formativos del programa y la evolución del entorno profesional y académico. Este procedimiento está integrado en el Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC) y se activa de forma ordinaria mediante:

- Las reuniones periódicas de la Comisión de Calidad del título, donde se analizan los resultados de aprendizaje, las tasas de inserción laboral, los informes de egresados y empleadores, así como las recomendaciones de los órganos de seguimiento interno y externos (como los informes de evaluación de la ACCUA o la ANECA).
- La revisión de los indicadores del cuadro de mando, en especial aquellos relativos a la satisfacción del estudiantado con la formación recibida, la adecuación del plan de estudios al ejercicio profesional y el seguimiento de egresados.
- La participación del profesorado, estudiantes, egresados y representantes del ámbito profesional o empleador en sesiones específicas o encuestas, cuya finalidad es identificar posibles ajustes en el perfil competencial.

Evidencias 7.3	**Enlace web**
Procedimiento de revisión y actualización de los perfiles de egreso.	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/procedimientos

7.4. Los empleadores están satisfechos con la formación recibida por los egresados

Tal y como se ha comentado en el apartado 1.2 de este autoinforme, la UGR está inmersa en la consecución de la acción de mejora con código RA-RES-018184, encaminada a la recogida de información, análisis y difusión en la web de la satisfacción con de empleadores con los distintos programas formativos de la Universidad de Granada, en este aspecto se ha creado un subgrupo de trabajo en el "Grupo de Empleo de CRUE-Asuntos".
No obstante, desde la Universidad de Granada hemos abierto una nueva acción de mejora, encaminada a mejorar la información suministrada a las diferentes titulaciones. Esta acción de mejora ha sido codificada como RA-AS-20573. El análisis que realizamos de la satisfacción de los empleadores, según los datos que disponemos, destaca la alta valoración de 2023/24 (4,21 sobre 5) con respecto a la *Adecuación entre Competencias y Requerimientos Profesionales*, ligeramente inferior a la del curso 2022/23 (4,33). Con respecto a la O*pinión sobre la formación de las personas egresadas del título* la valoración es alta (4,13 en el curso 2023/24), bajando ligeramente respecto al curso 2022/23 (4,55).

Evidencias 7.4	**Enlace web**
Indicadores de satisfacción por parte de los empleadores	https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/indicadores?
Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha	Apartado 7.4 del autoinforme

7.5. Los egresados están satisfechos con la formación recibida

Como se puede observar, según la tabla 7.5 (anexo 2), que el grado de satisfacción de las personas egresadas con la información recibida ha aumentado para el curso 2023/24, situándose en 2.83 puntos.
Para mejorar las actuaciones de orientación, tutorización y acompañamiento al estudiantado, a nivel de Centro se ha propuesto la acción de mejora SGC-P01-018708 (en proceso).

Evidencias 7.5	**Enlace web**
Indicadores de satisfacción del estudiantado egresado con la formación recibida	Observatorio de empleo UGR Informe satisfacción personas egresadas: https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/indicadores Cuadro de mandos: Indicadores relativos al subcriterio 7.5.
Análisis realizado de los indicadores de satisfacción y acciones de mejora puestas en marcha.	Apartado 7.5 del autoinforme.

7.6. Se analiza la sostenibilidad del título teniendo en cuenta el perfil de formación que ofrece la titulación y los recursos disponibles.

El título cuenta con un procedimiento sistemático que permite el análisis de su sostenibilidad a través de diversas fuentes de información cuantitativa y cualitativa. Entre los aspectos principales que se tienen en cuenta se encuentran:

- La demanda sostenida de plazas de nuevo ingreso, que ha mantenido un índice de ocupación estable y cercano al 100 % en los últimos cursos.
- El perfil académico y experiencia investigadora del profesorado, que garantiza un nivel adecuado de cualificación para el desarrollo del programa formativo. La mayoría del profesorado cuenta con el grado de doctor y con sexenios de investigación reconocidos.
- La existencia de convenios estables para prácticas externas y una amplia oferta de destinos de movilidad, que consolidan la proyección profesional e internacional del título.
- La evaluación positiva de los resultados de aprendizaje, que evidencia la adecuada asimilación de las competencias previstas.
- La satisfacción del estudiantado y del profesorado en relación con los recursos, la coordinación docente y el funcionamiento general del programa.

El análisis de estos factores se articula anualmente en la Comisión de Calidad del título, dentro del sistema de garantía interna de calidad. Los resultados de esta evaluación se utilizan de manera directa para introducir acciones de mejora, optimizar la asignación de recursos y adaptar progresivamente el título a las necesidades del contexto académico y profesional.

En resumen, el título presenta un alto grado de sostenibilidad, tanto por la demanda y empleabilidad del perfil de egreso como por la estructura docente consolidada y recursos disponibles adecuados. Estos elementos se consideran fortalezas clave que aseguran la viabilidad académica, económica y social de la titulación a medio y largo plazo.

Evidencias 7.6	Enlace web
Análisis sobre la sostenibilidad del título correlacionando las diferentes dimensiones que afectan a este criterio (demanda, nivel del profesorado implicado en la titulación, etc.).	Apartado 7.6 del presente autoinforme

RESUMEN CRITERIO 7.

FORTALEZAS DETECTADAS EN EL CRITERIO 7

- El Título se considera totalmente sostenible teniendo en cuenta el perfil de la formación y los recursos disponibles.

DEBILIDADES DETECTADAS EN EL CRITERIO 7 Y ACCIONES DE MEJORA PUESTAS EN MARCHA (incluir codificación de la AM)

- Satisfacción del estudiantado con respecto a la orientación profesional es baja.
- La CGICT ha identificado puntos débiles referentes a la satisfacción del estudiantado con la orientación académica y profesional. Para dar respuesta a estas debilidades, se han creado las acciones de mejora SGC-P02-020114 y SGC-P02-020115.

ANEXO 1. PRINCIPALES ASPECTOS A SUBSANAR DEL PROCESO DE RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN ANTERIOR

LISTADO DE ASPECTOS DETECTADOS PARA LA MEJORA DEL GRADO/MÁSTER EN EL PROCESO DE RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN EMITIDO POR ACCUA CON FECHA 25/06/2022

1. INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE

Calificación: Se alcanza parcialmente

Recomendaciones

Recomendaciones	Seguimiento
Se recomienda adaptar toda la información del Título al idioma inglés, para así fortalecer la internacionalización del Título.	*A este respecto, se realizaron numerosas actuaciones por la Universidad en materia de internacionalización y, en particular, en su política lingüística, recogidas tanto en su actual Plan, como en el Plan Estratégico de la UGR 2031 (línea 7: Universidad Internacional, abierta al mundo y al servicio de los ciudadanos de una sociedad multicultural y global, tales como la traducción al inglés de la Página web de la Universidad,; Información sobre el por qué estudiar en la UGR; Información académica de los estudios de grado de la UGR; Información sobre los másteres universitarios; Información sobre los calendarios académicos, catálogo de titulaciones y asignaturas en inglés y publicación de resoluciones, instrucciones y documentos normativos emanados del equipo de gobierno. Asimismo, cabe destacar que un eje fundamental en la estrategia de internacionalización de la UGR, es su política lingüística, que se materializa, entre otras cosas, en el protocolo para la impartición de docencia en inglés u otras lenguas extranjeras, aprobado en sesión ordinaria del Consejo de Gobierno de 21 de julio de 2017 (BOUGR núm. 123, de 28 de julio de 2017) y modificado en la del 29 de junio de 2020 (BOUGR, núm. 157, de 6 de julio de 2020), de acuerdo a los cuales todas las asignaturas impartidas en inglés tienen pública su guía docente en inglés. Junto a estas acciones, desde la CCC y del equipo coordinador de cada título se vela por asegurar la existencia de una información académica mínima en inglés sobre la titulación a través de los cauces institucionales anteriormente expuestos. Asimismo, en las páginas web de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (FCCEE), en su apartado de Movilidad y en la correspondiente a Relaciones Internacionales de la FCCEE, se traduce al inglés toda la información académica y administrativa de interés para el estudiantado entrante procedente de otros países.*
Se recomienda ofrecer al estudiantado información académica del profesorado, a través de un breve cv orientado al título y (si posible) a sociado/linkado a la asignatura que imparte.	*En el actual Plan de Mejora figura la acción de mejora de responsabilidad institucional RA-R-017747 que consiste en la valoración y definición (si procede) del procedimiento a seguir para hacer pública en la web de cada titulación la información relativa a la trayectoria investigadora y docente del profesorado, atendiendo también a lo dispuesto en la Ley de Protección de Datos Personales. En este sentido se han desarrollado las siguientes acciones: A.1. Análisis de la viabilidad por parte de los órganos de gobierno implicados A.2. Definición del procedimiento a seguir A.3. Publicación en la web de los CVs del profesorado. Esta acción de mejora a nivel de UGR está en proceso en el curso 2023/24.*
Se recomienda revisar el link "Plan de mejora" puesto que no funciona tras el recibo del informe de alegaciones, y por lo tanto no puede consultarse.	*Estos vínculos han sido actualizados y se puede acceder correctamente a través de los enlaces disponibles en el apartado Plan de Mejora de la web del Título. https://grados.ugr.es/marketing/informacion/evaluacion-seguimiento-mejora/plan-mejora*

2. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD

Calificación: Se alcanza parcialmente

Recomendaciones

Recomendaciones	Seguimiento
Se recomienda mejorar los mecanismos de difusión de la existencia y funcionamiento de los servicios de atención de sugerencias y reclamaciones.	*Respecto a las recomendaciones que la ACCUA incluyó en su Informe final para la renovación de la acreditación del Graduado o Graduada en GMIM por la Universidad de Granada (25 de junio de 2022) dentro de este Criterio 2 sobre La UGR tiene establecido un procedimiento institucional para facilitar la presentación de quejas, sugerencias y felicitaciones relacionadas con el funcionamiento de los servicios prestados por la institución en el ámbito de sus competencias. Cualquier miembro de la comunidad universitaria y de la ciudadanía en general puede acceder a este procedimiento desde la sede electrónica de la UGR, la cual asegura la trazabilidad de la respuesta dada.* *Para dar respuesta a esta recomendación, desde el Centro y el título se definieron diferentes acciones de mejora, ya conseguidas. Además, con objetivo de mejorar la difusión, sobre todo entre el estudiantado, del procedimiento establecido en la sede electrónica para la atención de quejas y sugerencias utilizando medios como redes sociales (SGC-P01-018003) y las pantallas de televisión de la FCCEE (SGC-P01-017997). Además, se propuso la acción de mejora para implantar un procedimiento de actuación para atender las reclamaciones y sugerencias recibidas (ya conseguida).* *Por otra parte, desde la FCCEE, utilizando el espacio de prado de cada título se han lanzado encuestas para incentivar la participación del estudiantado en las reuniones, no solo de la Comisión de Calidad del Centro, sino en las de todos los órganos en los que tienen participación (SGC-P06-018961).*

3. DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA FORMATIVO

Calificación: Se alcanza parcialmente

Recomendaciones

Recomendaciones	Seguimiento
Se recomienda que desde la coordinación de los TFG se haga al estudiantado conocedor de toda la información relativa a la realización del mismo.	Cabe señalar, que la Comisión de Garantía Interna de Calidad entiende que se deben *establecer acciones de mejora que permitan que la información sobre el TFG y sus tipologías, servicios de orientación profesional y/o académica, o servicios de reclamaciones y quejas sea consultada por parte del estudiantado*. Para la mejora de la difusión de la información sobre TFG se han publicado las líneas de trabajo para las modalidades de TFG diferentes de portafolio de competencias (monografía; CICODE y UGR Emprendedora) y el profesorado asociado, además de los detalles sobre el procedimiento y los plazos de solicitud de modalidades de TFG diferentes de portafolio de competencias. Esta publicación se ha realizado a través de la página web de la FCCEE y de la web de la titulación.
Se recomienda considerar las opiniones de los estudiantes respecto a contenidos de las asignaturas en futuras modificaciones de los planes de estudios.	En relación con la recomendación de la ACCUA que incluyó en su *Informe final para la renovación de la acreditación del Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Granada (25 de junio de 2022)* de considerar las opiniones de los estudiantes respecto a contenidos de las asignaturas en futuras modificaciones de los planes de estudio, la comisión propone abrir un diálogo con los representantes de los estudiantes para incorporar las posibles mejoras en futuras modificaciones de la titulación (Ver autoinforme de seguimiento 22-23)

4. PROFESORADO

Calificación: Se alcanza parcialmente

Recomendaciones

Recomendaciones	Seguimiento
Se recomienda incentivar al profesorado para que se implique más en la investigación.	En relación con la recomendación de la ACCUA que incluyó en su *Informe final para la renovación de la acreditación del Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Granada (25 de junio de 2022)* de *incentivar al profesorado para que se implique más en la investigación*. A este respecto, la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales cuenta con varias iniciativas de apoyo financiero a la investigación, tanto en la traducción de textos científicos como a la organización de congresos, entre otras.
Se recomienda analizar el nuevo mecanismo de coordinación sobre la mejora en la coordinación entre los diferentes docentes implicados en el Título.	En cuanto a la recomendación de un *nuevo mecanismo de coordinación sobre la mejora de entre los diferentes docentes implicados en el gra*do, a lo largo del curso 2022/23 y 2023/24 se han continuado con las acciones de coordinación docente, entre las que destacan la difusión de los plazos de interés para el estudiantado, utilización de la plataforma docente PRADO de la UGR para mantener un contacto con el estudiantado, seguimiento del Plan de Coordinación Horizontal y Vertical de los diferentes títulos, consultas a los representantes de grupo a través de partes mensuales y reuniones periódicas, gestión de las quejas, sugerencias y solicitudes de información a través de la web del Grado y de PRADO. Las actas de las reuniones de coordinación horizontal y vertical llevadas a cabo por la coordinación y los profesores del título se pueden ver en la web del título.
Se recomienda que, en la medida de lo posible, se recoja la valoración de los estudiantes de la labor de su tutor/a de prácticas.	Ya está finalizado, tal y como se puede ver en los informes de satisfacción de prácticas externas, que se recoge la satisfacción del estudiantado con el tutor académico y tutor externo.

5. INFRAESTRUCTURA, SERVICIOS Y DOTACIÓN DE RECURSOS

Calificación: Se alcanza parcialmente

Recomendaciones

Recomendaciones	Seguimiento
Se recomienda mejorar la oferta de recursos para la docencia virtual. Es conveniente reforzar este aspecto, para estar preparados para una situación semejante a la vivida con la Covid 19.	En este sentido, se aprobó la solicitud de "Infraestructuras para la mejora de la docencia práctica en la FCCEE" dentro del XXXI Programa de Apoyo a la Docencia Práctica (Junta de Facultad de 9 de mayo de 2023).

6. RESULTADOS DEL PROGRAMA

Calificación: Se alcanza parcialmente

Recomendaciones

Recomendaciones	Seguimiento
Se recomienda estudiar las posibles carencias o posibles márgenes de mejora en los sistemas de evaluación, los horarios, calendario de exámenes, plazos de entregas de trabajos, así como en la coordinación del profesorado.	En su *Informe final para la renovación de la acreditación del Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Granada (25 de junio de 2022)* se recomienda *estudiar las posibles carencias o posibles márgenes de mejora en los sistemas de evaluación, los horarios, calendario de exámenes, plazos de entregas de trabajos, así como en la coordinación del profesorado.* En relación con estos aspectos, desde la CGICT se subraya que, según se puso de manifiesto en el criterio de profesorado, y en relación con la tabla 6.4. de satisfacción del estudiantado con la actuación docente del profesorado, el nivel de satisfacción

	general del estudiantado con el programa formativo de GMIM en el curso 2023/24 se sitúa en 3,31, empeorando respecto del 4.11 alcanzado en el curso 2022/23, pero por encima de los niveles de cursos anteriores. Para reforzar este indicador, por parte del centro se ha abierto la acción de mejora SGC-P01-019654 (en proceso) con la finalidad de dotar de recursos al colectivo de estudiantado de tercer ciclo que les permita el desarrollo de actividades formativas en la FCCEE.). En el curso 2022/23 todos los grados de la FCCEE se han adaptado al nuevo calendario de semestres cerrados con la implementación de las mejoras que ello comporta sobre los horarios, calendarios y coordinación docente.
Se recomienda reforzar la acción de proporcionar a los estudiantes información anticipada sobre las diferentes modalidades de TFG para que puedan elegir con tiempo.	Para la mejora de la difusión de la información sobre TFG se han publicado las líneas de trabajo para las modalidades de TFG diferentes de portafolio de competencias (monografía; CICODE y UGR Emprendedora) y el profesorado asociado, además de los detalles sobre el procedimiento y los plazos de solicitud de modalidades de TFG diferentes de portafolio de competencias. Esta publicación se ha realizado a través de la página web de la FCCEE. Además, se ha continuado trabajando en las acciones de mejora de difusión de las diferentes modalidades de TFG, los procedimientos y los plazos mediante la elaboración de una infografía (RA-R-018036) y de las pantallas de la FCCEE (RA-R-018038). Igualmente se ha mantenido el trabajo en las acciones de mejora ya conseguidas relacionadas con este mismo asunto: la RA-R-018037 de difusión de las diferentes modalidades de TFG en las redes sociales de la FCCEE y la RA-R-018715 sobre publicación de información sobre modalidades, procedimientos, y plazos de TFG en el espacio dedicado a TFG del Grado de la plataforma PRADO

7. INDICADORES

Calificación: Se alcanza parcialmente

Recomendaciones

Recomendaciones	Seguimiento
Estudiar si realmente el empeoramiento en las valoraciones correspondientes al 2019-20 se puede considerar de manera aislada como provocado por el COVID -19.	En respuesta a esta recomendación, se propuso una nueva acción de mejora a nivel de centro SGC-P01-018708 como nuevo mecanismo para orientar, tutorizar y acompañar al estudiantado para responder a sus necesidades tanto de carácter académico como profesional. Dicha acción está en proceso y cabe mencionar que fue concedido el Plan de Acción Tutorial para la FCCEE en fecha 12 de enero de 2023 (Plan de Acción Tutorial | Unidad de calidad, innovación docente y prospectiva (ugr.es) dentro del Plan de Formación e Innovación Docente de la UGR (Plan FIDO 2022/23), con resolución favorable en enero de 2023. Este Plan de Acción Tutorial implica la realización de una serie de actuaciones dirigidas al estudiantado.

Cuadro de mando de indicadores del Título: Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Granada Curso 2023/2024

1. Cuadro de mandos de indicadores
2. Información sobre actividades formativas del profesorado
3. Información sobre proyectos de innovación docente

1. Cuadro de mando de indicadores

CRITERIO 1. INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE						
Indicadores del subcriterio 1.3						
Indicadores de satisfacción con la información en la web del título	**2018/19**	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**	**2022/23**	**2023/24**
Grado de satisfacción con la utilidad y accesibilidad de la información difundida en la Web del estudiantado de cada título del centro	3,81	N/A	3,40	3,36	4,15	3,64
Grado de satisfacción con la utilidad y accesibilidad de la información difundida en la Web del profesorado cada título	4,25	N/A	4,24	4,48	N/A	4,45

CIRTERIO 2. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD						
Indicadores del subcriterio 2.3.						
Participación de los distintos grupos de interés en los cuestionarios de satisfacción con la titulación	**2018/19**	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**	**2022/23**	**2023/24**
Porcentaje de participación del estudiantado	43,36%	22,00%	20,97%	30,92%	45,02%	46,60%
Porcentaje de participación del profesorado	56,34%	55,88%	59,74%	51,32%	N/A	46,38%
Porcentaje de participación del PTGAS	38,10%	33,33%	34,48%	72,41%	N/A	72,00%
Porcentaje de participación de personas egresadas	*	*	*	49,12%	29,11%	34,88%
Porcentaje de participación de estudiantado de prácticas externas	175,00%	N/A	31,82%	32,00%	73,68%	14,00%
Porcentaje de participación de tutores de prácticas externas	N/A	N/A	35,48%	41,46%	N/A	40,43%

CRITERIO 3. DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA DE FORMATIVO						
Indicadores del subcriterio 3.4						
Indicadores Oferta, demanda y matrícula.	**2018/19**	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**	**2022/23**	**2023/24**
Número de estudiantes de matriculados en el título	620	631	592	622	613	577
Número de solicitudes de acceso al título	1017	1160	1282	1175	1340	1195
Número de plazas ofertadas	132	130	130	128	124	124
Ratio solicitud/oferta	7,7	8,92	9,86	9,18	10,81	9,64
Número de estudiantes de nuevo ingreso matriculados en primera preferencia	118	115	115	108	116	119
Número de estudiantes matriculados de nuevo ingreso	130	133	127	128	121	125
Porcentaje de acceso en primera preferencia	90,77%	86,47%	90,55%	84,38%	95,87%	95,20%
Nota media de admisión	10,41	10,45	11,29	11,22	11,83	11,47
Nota mínima de admisión	8,44	9,23	10	9,7	10,63	10,28
Indicadores vías de acceso	**2018/19**	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**	**2022/23**	**2023/24**
Pruebas de acceso a la universidad	118	126	114	117	114	112
FP2 o asimilados	11	4	9	5	3	11
Pruebas específicas para mayores de 25, 40, 45 años	3	1	0	2	2	2
Titulados universitarios o asimilados	1	0	2	1	0	1
Otros accesos. *	8	7	7	6	7	1

Indicadores del subcriterio 3.5						
Planificación y desarrollo de la enseñanza	**2018/19**	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**	**2022/23**	**2023/24**
Grado de satisfacción con la planificación y desarrollo de la enseñanza (Estudiantado)	3,58	-	2,39	3,04	4,05	3,43

Grado de satisfacción con la planificación y desarrollo de la enseñanza (Profesorado)	3,85	-	4,17	4,04	-	4,14

CRITERIO 4. PROFESORADO						
Indicadores del subcriterio 4.1						
Información sobre el PDI que imparte docencia en el título. (último año)	Ver información. Aplicación de indicadores de calidad para la docencia. Informe número 1 profesorado					
Indicadores del subcriterio 4.3						
Indicadores relacionados con la participación del profesorado en actividades formativas y proyectos de innovación docente	**2018/19**	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**	**2022/23**	**2023/24**
Nº de profesorado que ha participado en actividades formativas	54	13	88	27	38	6
Nº de profesores que han participado en proyectos de innovación docente						
Indicadores del subcriterio 4.7						
Indicadores relacionados con la actuación docente	**2018/19**	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**	**2022/23**	**2023/24**
Número de encuestas cumplimentadas	1128	831	814	592	1160	1012
Dimensión I: Planificación de la docencia y cumplimiento del Plan Docente	3,99	4,25	4,26	4,38	4,35	4,48
Dimensión II: Competencias Docentes	3,76	4,04	4,04	4,17	4,14	4,30
Dimensión III: Evaluación de los aprendizajes	3,76	4,06	4,09	4,20	4,19	4,34
Dimensión IV: Ambiente de clase y relación profesor/a con estudiantes	3,86	4,17	4,11	4,19	4,18	4,29
Global: Satisfacción general del alumnado con la actuación docente del profesor/a	3,77	4,08	4,00	4,16	4,17	4,30
Indicadores del subcriterio 4.8						
	2018/19	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**	**2022/23**	**2023/24**
Satisfacción del profesorado con el programa formativo	4,28	4,47	4,43	4,26	N/A	4,28

CRITERIO 5. RECURSOS Y APOYO A LA DOCENCIA						
Indicadores del subcriterio 5.1						
Indicadores relacionados con la infraestructuras, recursos, servicios y gestión administrativa	**2018/19**	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**	**2022/23**	**2023/24**
Satisfacción con la adecuación de las infraestructuras, recursos y servicios (estudiantado)	3,79	N/A	3,45	3,94	3,71	3,90
Satisfacción con la adecuación de las infraestructuras, recursos y servicios (profesorado)	4,23	N/A	4,42	4,49	-	4,30
Grado de satisfacción con la gestión administrativa del Título (estudiantado)	3,59	N/A	3,39	3,39	3,54	3,26
Grado de satisfacción con la gestión administrativa del Título (profesorado)	4,39	N/A	4,46	4,47	N/A	4,47
Indicadores del subcriterio 5.2						
Indicadores relacionados con la movilidad	**2018/19**	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**	**2022/23**	**2023/24**
Número de estudiantes OUT	35	28	17	37	25	45
Número de estudiantes IN	76	63	32	81	78	62
Número de Universidades de destino de los/las estudiantes del título	22	21	13	28	20	32
Satisfacción del estudiantado con la oferta de movilidad	3,22	N/A	2,85	3,29	3,22	3,35
Satisfacción del profesorado con la oferta de movilidad	4,01	N/A	4,16	4,06	N/A	4,13

Indicadores del subcriterio 5.3

Indicadores relacionados con las prácticas externas	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24
Satisfacción total del estudiantado con las prácticas externas	4,63	N/A	4,36	3,56	3,90	3,43
Satisfacción del estudiantado con la oferta de entidades	4,33	N/A	2,71	2,40	3,19	2,71
Satisfacción del estudiantado con el tutor externo	*	*	*	4,00	4,29	3,29
Satisfacción total del tutor de prácticas	N/A	N/A	4,82	4,63	N/A	4,50
Indicadores del subcriterio 5.4						
	2018/19	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**	**2022/23**	**2023/24**
Satisfacción del PTGAS con el desarrollo del programa formativo	N/A	4,20	N/A	4,50	N/A	4,65

CRITERIO 6. RESULTADOS DEL PROGRAMA FORMATIVO						
Indicadores del subcriterio 6.3						
Calificaciones globales del título	**2018/19**	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**	**2022/23**	**2023/24**
Porcentaje de suspensos	14,29%	7,08%	12,78%	14,09%	8,51%	6,47%
Porcentaje de aprobados	43,61%	41,65%	39,12%	38,52%	38,72%	39,77%
Porcentaje de notables	26,82%	36,63%	29,47%	29,62%	34,09%	33,72%
Porcentaje de sobresalientes	5,20%	7,46%	7,74%	5,31%	7,42%	7,36%
Porcentaje de matrícula de honor	1,54%	1,47%	1,36%	1,56%	1,75%	2,19%
Porcentaje de no presentados	8,54%	5,71%	9,53%	10,90%	9,51%	10,48%
Calificaciones por asignaturas	Ver información. Aplicación de indicadores de calidad para la docencia. Informe número 9					
Resultados académicos	**2018/19**	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**	**2022/23**	**2023/24**
Tasa Rendimiento	77,36%	87,09%	77,86%	74,96%	80,71%	84,57%
Tasa Eficacia	96,40%	95,91%	94,70%	96,64%	94,18%	94,79%
Tasa Graduación	53,66%	52,46%	59,54%	54,14%	56,69%	59,06%
Tasa Abandono	17,07%	21,95%	14,50%	18,66%	18,60%	15,15%
Duración media	4,80	5,03	4,80	4,71	4,76	4,56

Indicadores referentes al subcriterio 6.4						
	2018/19	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**	**2022/23**	**2023/24**
Satisfacción del estudiantado con el programa formativa	3,46	2,71	2,48	3,01	4,11	3,31

CRITERIO 7. ORIENTACIÓN ACADÉMICA, ORIENTACIÓN PROFESIONAL Y EMPLEABILIDAD						
Indicadores del subcriterio 7.1						
Indicadores relacionados con la orientación académica y profesional	**2018/19**	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**	**2022/23**	**2023/24**
Satisfacción del estudiantado con respecto a la orientación académica	2,89	N/A	2,04	2,54	3,69	2,67
Satisfacción del estudiantado con respecto a la orientación profesional	4,06	N/A	1,46	2,32	3,58	2,81

Indicadores del subcriterio 7.2				
Indicadores relacionados con la empleabilidad. Tras un año de egreso	**2018/19***	**2019/20***	**2020/21***	**2021/22***
Tasa de inserción	53,85%	52,17%	51,55%	67,02%
Tasa de demanda de empleo	15,38%	18,26%	11,34%	8,51%
Tasa de paro	30,77%	29,57%	37,11%	24,47%
Tras un año de egreso. Desconocido	4,88%	0,86%	3,00%	1,05%
Indicadores relacionados con la empleabilidad. Tras dos años de egreso	**2018/19**	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**
Tasa de inserción	69,23%	76,52%	66,67%	
Tasa de demanda de empleo	7,69%	6,96%	13,13%	
Tasa de paro	23,08%	16,52%	20,20%	
Desconocido	4,88%	0,86%	1,00%	

Indicadores del subcriterio 7.5						
	2018/19	**2019/20**	**2020/21**	**2021/22**	**2022/23**	**2023/24**
Satisfacción de las personas egresadas con la formación recibida	N/A	N/A	N/A	2,32	2,48	2,83

2. Información sobre actividades formativas del profesorado

CURSO ACADEMICO	CONVOCATORIA	NUM ASISTENTES
2018/2019	MINDFULNESS EN LA DOCENCIA UNIVERSITARIA: UN RETO FORMATIVO EN EL SIGLO XXI (2ª edición)	1
2018/2019	CURSO BÁSICO SOBRE USO DOCENTE DE SOFTWARE LIBRE (2ª edición)	1
2018/2019	FORMACIÓN AVANZADA ESPECÍFICA SOBRE PRADO (2ª edición)	1
2018/2019	HERRAMIENTAS DE USO DOCENTE PARA EL TRABAJO COLABORATIVO (2ª edición)	1
2018/2019	VIII Convocatoria para la realización de actividades de formación docente en centros, titulaciones y departamentos. Fase I	40
2018/2019	VIII Convocatoria para la realización de actividades de formación docente en centros, titulaciones y departamentos. Fase II	10
2019/2020	EL EMPRENDIMIENTO INTERDISCIPLINAR COMO HERRAMIENTA DE ÉXITO PROFESIONAL EN LOGOPEDIA	1
2019/2020	La Plataforma de Recursos de Apoyo Docente PRADO (nivel básico) (3ª ed)	2
2019/2020	La Plataforma de Recursos de Apoyo Docente PRADO (nivel avanzado) (3ª ed)	2
2019/2020	IV JORNADAS DE INCIACIÓN A LA DOCENCIA UNIVERSITARIA PARA CONTRATADOS/AS PREDOCTORALES FPU Y FPI	1
2019/2020	TRATAMIENTO Y SEGURIDAD EN LA INFORMACIÓN DE CARÁCTER PERSONAL EN LA DOCENCIA Y LA INVESTIGACIÓN (2ª edición)	1
2019/2020	ENCUENTRO VIRTUAL FACULTAD CERO EN LA UNIVERSIDAD DE GRANADA	2
2019/2020	DISEÑAR LA FORMACIÓN EN UN ENTORNO ONLINE	4

CURSO ACADEMICO	CONVOCATORIA	NUM ASISTENTES
2020/2021	IX Convocatoria para la realización de actividades de formación docente en centros, titulaciones y departamentos. Fase I	32
2020/2021	GENERANDO CULTURA EMPRENDEDORA EN LA ACTIVIDAD DOCENTE (3ª edición)	2
2020/2021	CÓMO ENFRENTARSE A UNA ENTREVISTA EN PRENSA, RADIO Y TV (4ª edición)	1
2020/2021	MINDFULNESS Y EQUILIBRIO EMOCIONAL I	2
2020/2021	RED UNIVERSITARIA CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	1
2020/2021	DERECHOS DE AUTOR, LEGISLACIÓN, ALTERNATIVAS PARA MATERIALES DOCENTES (2ª edición)	1
2020/2021	ORIENTACIÓN Y TUTORÍA UNIVERSITARIA (2ª edición)	1
2020/2021	ESTRATEGIAS Y RECURSOS PARA AFRONTAR LA TUTORIZACIÓN ENFOCADA A LA ORIENTACIÓN PROFESIONAL Y EMPLEABILIDAD (4ª edición)	2
2020/2021	PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DIGITAL DOCENTE	13
2020/2021	La Plataforma de Recursos de Apoyo Docente PRADO (nivel básico) (4ª ed)	2
2020/2021	La Plataforma de Recursos de Apoyo Docente PRADO (nivel avanzado) (4ª ed)	4
2020/2021	V JORNADAS DE INICIACIÓN A LA DOCENCIA UNIVERSITARIA PARA CONTRATADOS/AS PREDOCTORALES FPU Y FPI	1
2020/2021	MINDFULNESS Y EQUILIBRIO EMOCIONAL II	2
2020/2021	PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DIGITAL DOCENTE	5
2020/2021	GESTIÓN DE RESIDUOS URBANOS Y PELIGROSOS EN LOS DEPARTAMENTOS DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA	9
2020/2021	HUMANIZA LA TRANSFERENCIA	1
2020/2021	FORMACIÓN EN GESTIÓN ACADÉMICA DE LA MOVILIDAD INTERNACIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA. XV EDICIÓN	5
2020/2021	FORMACIÓN EN GESTIÓN ACADÉMICA DE LA MOVILIDAD INTERNACIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA. XIV EDICIÓN	4
2021/2022	IX Convocatoria para la realización de actividades de formación docente en centros, titulaciones y departamentos. Fase II	11
2021/2022	CURSO DE INICIACIÓN A LA DOCENCIA UNIVERSITARIA (2ª edición)	2
2021/2022	PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DIGITAL DOCENTE	7
2021/2022	La Plataforma de Recursos de Apoyo Docente PRADO (nivel básico) (5ª ed)	2
2021/2022	La Plataforma de Recursos de Apoyo Docente PRADO (N. avanz.) (5ª ed.)	2
2021/2022	FORMACIÓN EN GESTIÓN ACADÉMICA DE LA MOVILIDAD INTERNACIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA. XVI EDICIÓN	3
2022/2023	CURSO DE INICIACIÓN A LA DOCENCIA UNIVERSITARIA (3ª edición)	1
2022/2023	X Convocatoria para la realización de actividades de formación docente en centros, titulaciones y departamentos	13
2022/2023	PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DIGITAL DOCENTE	7
2022/2023	ACTIVIDADES Y RECURSOS EN PRADO	1
2022/2023	PRESENTACIONES EFICACES PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO (2ª edición)	1

CURSO ACADEMICO	CONVOCATORIA	NUM ASISTENTES
2022/2023	JORNADA DE FORMACIÓN SOBRE LOS PLANES DE ACCIÓN TUTORIAL	3
2022/2023	FORO DE INNOVACIÓN DOCENTE 2022	4
2022/2023	INTRODUCCIÓN A LATEX	1
2022/2023	PRESENTACIONES EFICACES PARA LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO (3ª edición)	1
2022/2023	FORMACIÓN EN GESTIÓN ACADÉMICA DE LA MOVILIDAD INTERNACIONAL DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA. XX EDICIÓN	1
2022/2023	Gestión de movilidad para tutores docentes (1ª Edición)	3
2022/2023	Herramienta de evaluación en PRADO. Cuestionarios (2ªEd)	1
2022/2023	Habilidades y Herramientas para la atención en el aula de estudiantado con discapacidad/NEAE (2ª ED)	1
2023/2024	CURSO DE INICIACIÓN A LA DOCENCIA UNIVERSITARIA (4ª EDICIÓN)	1
2023/2024	GENERANDO CULTURA EMPRENDEDORA EN LA ACTIVIDAD DOCENTE (5ª EDICIÓN)	1
2023/2024	INTRODUCCIÓN AL DISEÑO DE LA FORMACIÓN ONLINE (2ª edición)	1
2023/2024	PROGRAMA DE CAPACITACIÓN DIGITAL DOCENTE	1
2023/2024	MEDIACIÓN UNIVERSITARIA	1
2023/2024	Formación en gestión de equipos en el entorno universitario	1

3. Información sobre proyectos de innovación docente

Convocatoria	Proyecto	Núm. profesores
Convocatoria PIBD 2018-2020, Básicos I	Repositorio de bases de datos de carácter socioeconómico para la realización de informes técnicos	9
Convocatoria PIBD 2018-2020, Básicos I	APRENDIZAJE DE TÉCNICAS CUANTITATIVAS I CON RSTUDIO	8
Convocatoria PIBD 2020-2022 Básicos I	LA FOTOGRAFIA COMO METODO DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO: CREACIÓN DE IMÁGENES DIDÁCTICAS	5
Convocatoria PIBD 2020-2022 Básicos I	Work-integrated learning: Enseñanza del marketing a través de la experiencia de profesionales llevada al aula	4
Convocatoria PIBD 2020-2022 Avanzados y Coordinados	LOGOS-DEC: Desarrollo de una Herramienta docente para Análisis de Redes Sociales y su Aplicación a las materias de Marketing.	15
Convocatoria PIBD 2020-2022 Avanzados y Coordinados	Mejorando la capacidad emprendedora y la inclusión financiera de los estudiantes universitarios mediante el uso de juegos digitales	10
Convocatoria PIBD 2020-2022 Avanzados y Coordinados	Diseño e implementación de un entorno virtual inclusivo para el autoaprendizaje de la Estadística	14
Convocatoria PIBD 2020-2022 Avanzados y Coordinados	'Un modelo educativo sostenible basado en competencias transversales y metodologías docentes adaptadas a los distintos perfiles de pensamientos del alumnado de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales'	15
Convocatoria PIBD 2020-2022 Avanzados y Coordinados	Desarrollo de recursos digitales interactivos dirigidos a motivar al alumnado en su aprendizaje presencial o virtual en el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias	5
Convocatoria PIBD 2020-2022 Avanzados y Coordinados	La innovación tecnológica como forma de sostenibilidad de las empresas en tiempos de crisis.	15
Convocatoria PIBD 2022-2023 Básicos	Aplicación de una metodología colaborativa de aprendizaje activo basada en juegos de rol, para desarrollar el pensamiento crítico.	9
Convocatoria PIBD 2022-2023 Básicos	Transformaciones socioeconómicas en España, 1950-2022. Entrevistas personales y recursos digitales	7
Convocatoria PIBD 2022-2023 Básicos	Uso de TikTok en la educación superior en marketing	5
Convocatoria PIBD 2022-2024 Avanzados y Coordinados	Fomentar el emprendimiento sostenible a través de la educación universitaria	11
Convocatoria PIBD 2022-2024 Avanzados y Coordinados	ANALISIS Y DESARROLLO DE HABILIDADES BLANDAS EN SESIONES DOCENTES	13
Convocatoria PIBD 2022-2024 Avanzados y Coordinados	Diseño e implementación de un entorno virtual inclusivo para el autoaprendizaje de la estadística y elaboración de materiales y recursos didácticos mediante R, RCommander y BrailleR	12
Convocatoria PIBD 2022-2024 Avanzados y Coordinados	Desarrollo de un producto digital interactivo dirigido a motivar al alumnado para el fomento de la docencia práctica coordinada entre materias	7