



AUTOINFORME PARA LA RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN

Denominación del Título	Grado en Comercio y Marketing
Menciones/especialidades	
Número de créditos	240
Universidad(es)	Oviedo
Centro(s) donde se imparte	Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos
Menciones/especialidades que se imparten en cada Centro	
Modalidad(es) que se imparte en cada Centro y, en su caso, modalidad en la que se imparten las menciones/especialidades	PRESENCIAL

INTRODUCCIÓN

El **proceso de renovación del título de Grado en Comercio y Marketing** se inicia el 10 de febrero de 2015, cuando el equipo decanal de la Facultad y los coordinadores de Grado reciben la visita del Director Área de Calidad y Titulaciones y del Director de la Unidad Técnica de Calidad (UTCAL), que comunican y explican los detalles del proceso de renovación a seguir. Posteriormente, toda esta información se presenta en la Junta de Facultad de 18 de febrero y se constituye la Comisión de Autoevaluación el día 24 de febrero.

Respecto a **los grupos de interés implicados en el proceso**, en la Comisión de Autoevaluación participan, además del equipo decanal y los coordinadores de grado, representantes de los principales Departamentos con docencia en el Centro, profesores, estudiantes y agentes externos de la Comisión de Calidad; actuando como Secretaria de la misma la Jefe de Servicio del Campus de Gijón, y teniendo como apoyo a un técnico de la UTCAL.

El trabajo de redacción del borrador se repartió por directrices entre los miembros del equipo decanal, las coordinadoras de los tres Grados evaluados, la Jefe de Servicio y el técnico de la UTCAL. Con fecha 10 de abril se envía un borrador a la Comisión de Autoevaluación, que se reúne el día 14 para su debate. Finalmente, el proceso culmina con la aprobación del informe en la Junta de Facultad de 29 de abril de 2015.

Una vez que la primera promoción del Grado ha finalizado sus estudios, podemos hacer una **valoración del cumplimiento del proyecto establecido en la Memoria de Verificación** positiva. En **términos generales**, se puede afirmar que no se han producido diferencias sustanciales que nos lleven a estimar que los estándares no alcanzan o alcanzan de forma



parcial los requisitos previstos tanto en la Memoria de Verificación inicial como en las posteriores modificaciones. En este sentido, consideramos que el perfil de ingreso es apropiado para iniciar los estudios y que la organización y coordinación del plan de estudios es coherente con las competencias y objetivos del título. Por otra parte, se han aplicado de forma adecuada las diferentes normativas universitarias, lo que ha contribuido a mejorar el rendimiento académico a medida que se han ido implantando los diferentes cursos. Respecto a la información, consideramos que se ha contado con los recursos de comunicación necesarios para facilitar la accesibilidad y disponibilidad de la información relevante, en todo momento y para todos los grupos de interés, bien sean éstos internos, externos, actuales o potenciales. En el caso concreto de los estudiantes, dichos mecanismos de comunicación son complementados con diferentes servicios de orientación académica, profesional y para la movilidad, que apoyan el proceso de aprendizaje y facilitan la inserción laboral y movilidad del alumnado. Además, el título dispone de un sistema de garantía interna de calidad que permite recoger información de los diferentes grupos de interés implicados y facilita la evaluación y mejora de los procesos de enseñanza-aprendizaje, seguimiento, modificación y acreditación del título; prueba de ello son las numerosas evidencias construidas y aportadas por la UTCal para la elaboración de este informe.

En cuanto a los **recursos**, el personal académico es suficiente y adecuado, y ha demostrado estar muy implicado en las actividades de mejora de la calidad docente y de investigación, que contribuyen a que el perfil de egreso esté actualizado. Para desempeñar estas tareas, los docentes han contado con unas instalaciones apropiadas y accesibles y con un personal de apoyo formado y capaz. Conviene destacar, asimismo, que el Grado en Comercio y Marketing contempla la realización de Prácticas Externas obligatorias y voluntarias, bien planificadas y organizadas, que son muy bien valoradas por los estudiantes y empleadores, y que no sólo facilitan la adquisición de las competencias del título y la inserción laboral sino que además suponen, junto con otros mecanismos de consulta y contacto externo, como las numerosas movilidades externas, una relevante fuente de información para valorar la adecuación y actualización del título.

En relación con los **resultados**, consideramos que los resultados de aprendizaje que componen el Grado están articulados de forma coherente con las actividades formativas, las metodologías docentes y los métodos de evaluación, y que se han alcanzado razonablemente bien, de acuerdo con el programa formativo y su adecuación al nivel MECES. Por otro lado, las guías docentes, que han demostrado ser un útil instrumento tanto para profesores como estudiantes, son muy completas y homogéneas, fruto de las constantes revisiones y sugerencias de mejora por parte de la Comisión de Calidad del Centro. Por último, respecto a los indicadores de satisfacción y rendimiento, podemos concluir que la evolución de los mismos es adecuada y positiva, especialmente cuando se avanza en el Grado. Igualmente los datos de satisfacción general son de media favorables a lo largo de periodo analizado.

Tras una valoración de los aspectos más positivos del Grado, no podemos negar que el



proceso de implantación del mismo no ha estado exento de **dificultades y limitaciones al logro de los objetivos previstos**. Destacamos a continuación algunas de las más importantes así como las **medidas correctoras y planes de mejora implantados y previstos**:

- Al detectar las grandes dificultades que presentaban los nuevos alumnos para entender y familiarizarse con los procedimientos y normativas de las enseñanzas adaptadas, se elaboró una Guía de Acceso específica para cada Grado de la Facultad.
- La tendencia creciente en el número de alumnos de nuevo ingreso nos llevó a revisar el límite de plazas ofertadas en la última Memoria de Verificación. Del mismo modo, se atendió este crecimiento en la demanda con la creación de nuevos grupos en numerosas asignaturas.
- La información sobre los horarios se hace pública antes de que los alumnos se matriculen. Siendo conscientes de que con la evaluación continua es difícil en ocasiones compatibilizar horarios de asignaturas pendientes, se abre además un plazo de solicitud de cambio de grupo para cada semestre. El hecho de que muchas asignaturas del Grado en Comercio y Marketing tengan varios grupos asignados facilita asimismo este procedimiento.
- Ante las dudas que suscitan las Tutorías Grupales entre alumnos y profesorado, aparte del control de firmas habitual, todos los años se envía comunicación recordando la obligatoriedad de las mismas.
- Creemos que el Plan de Acción Tutorial implantado en el presente curso académico puede reducir la tasa de abandono y también de los niveles de incumplimiento de la normativa de progreso y permanencia en el Grado en Comercio y Marketing, que sin ser excesivos sí son más altos que en el resto de titulaciones del Centro.
- Tras ser detectadas por la Comisión de Calidad las asignaturas con menor rendimiento académico, una vez consultados los departamentos implicados, se procedió a cambiar la estructura de dos de ellas para facilitar los procesos de enseñanza-aprendizaje.
- Puesto que los alumnos de cuarto manifestaron el curso pasado que a veces les resultaba imposible realizar las Prácticas Externas y seguir la evaluación continua de otras asignaturas, se debatió la problemática en la Comisión de Docencia del Centro y se envió comunicación a los profesores para que en las asignaturas de cuarto no se hiciesen pruebas de evaluación por sorpresa, al objeto de que los estudiantes puedan solicitar en el centro de prácticas el permiso para asistir a las pruebas de evaluación continua.
- Entendemos que algunas de las limitaciones que hemos tenido en el proceso de implantación del título y la adaptación a la nueva normativa universitaria, relativas a la lentitud de los procedimientos y de la emisión de resoluciones, se han ido perfeccionando y mejorarán con el tiempo.



- Nos preocupa especialmente el bajo nivel de respuesta en la Encuesta General de Enseñanza (EGE). Esta situación se debatió hace tres años en Junta de Facultad, en la que se invitó a participar al responsable de la EGE en la Universidad para valorar las distintas posibilidades de mejora. Como resultado de este debate, se optó por un sistema combinado de concienciación y fijación de horarios con atención de personal técnico durante el horario lectivo; pero, aunque hubo una cierta mejoría, ésta no ha sido suficiente y será necesario un mayor esfuerzo al respecto.
- Hasta el presente curso académico no fuimos conscientes de tres limitaciones que ya vamos a subsanar en 2015: realizar una encuesta satisfacción en el PAS, hacer una valoración de los Trabajos Fin de Grado (TFG) a través de un cuestionario, y redactar un Informe de Seguimiento Individual para cada Grado (que acabamos de aplicar para el curso 2013/14 y que se someterá a la aprobación de la próxima Junta de Facultad).
- El análisis de los egresados ha de ser otra prioridad en el futuro inmediato. Es pronto todavía para extraer conclusiones, pero es fundamental incrementar el número de respuestas, por lo que valoraremos con la UTCal la idoneidad de utilizar la organización del acto de Graduación para recoger esta información.
- En la actualidad, se están revisando en la Universidad de Oviedo los perfiles de ingreso de los diferentes Grados para adaptarlos a los nuevos estudios de bachillerato. Teniendo en cuenta las dificultades que los alumnos presentan en determinadas asignaturas cuantitativas, es nuestra intención ponderar, en dicho perfil, la importancia de las matemáticas. En este sentido, los Bachilleratos en Ciencias y en Ciencias Sociales serán indistintamente las modalidades o itinerarios preferentes para el Grado en Comercio y Marketing.

Para concluir, cabe destacar que todos estos aspectos han sido objeto de análisis y debate no sólo en la elaboración del presente informe, sino durante todo el proceso de implantación y seguimiento del título.



DIMENSIÓN 1. LA GESTIÓN DEL TÍTULO

Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

Estándar:

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

1.1. La implantación del plan de estudios y la organización del programa son coherentes con el perfil de competencias y objetivos del título recogidos en la memoria de verificación y/o sus posteriores modificaciones.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

Se considera que **la implantación del plan de estudios** y la organización del programa son coherentes con el perfil de competencias y objetivos del título recogidos en la Memoria de Verificación por la que se implantó el título (**E20.1**) y que fue valorada positivamente; el plan de estudios no ha experimentado cambios sustanciales desde su aprobación en 2010 (**E21.4**).

En general **la secuenciación de las asignaturas es adecuada**; para mejorarla se ha modificado el semestre de impartición de varias asignaturas de primero, segundo y tercer curso respecto a lo previsto inicialmente. También, **una vez analizados los resultados académicos de los cursos 2010/11 y 2011/12, se ha modificado el tipo (proporción de horas teóricas y prácticas) de dos asignaturas** con el fin de mejorar el rendimiento académico en las mismas (*Introducción a la macroeconomía y Derecho civil patrimonial*) (**E2.1**).

El **programa de las asignaturas** se encuentra recogido, junto con su contextualización, requisitos de acceso, competencias, resultados de aprendizaje, metodología de impartición, planificación, métodos de evaluación y referencias, en la Guía Docente de cada una de ellas (**E2.2**).

El número de grupos se adapta razonablemente a las necesidades del grado. En estos momentos en primero hay, en las asignaturas específicas del Grado, cuatro grupos de teoría cada uno de los cuales cuenta con una o varias subdivisiones en prácticas de aula, de laboratorio o de tutorías grupales (según tipo de asignatura y número de alumnos matriculados). En segundo curso existen dos grupos de teoría de cada asignatura programados en horario de mañana salvo en el caso de las dos asignaturas con mayor número de matriculados, en que existe además un grupo en horario de tarde. En tercer curso, en las asignaturas obligatorias, existen desde el curso 2014/15 grupos de mañana y tarde en todas ellas; la excepción era la única asignatura correspondiente al itinerario bilingüe, para la que en castellano solo existía grupo de mañana (al ser el segundo grupo en inglés); sin embargo en el curso 2015/16 se programará ya un grupo completo de las asignaturas obligatorias de tercer curso en horario de tarde. En cuarto curso existe un grupo de teoría en cada una de las asignaturas obligatorias (en el curso 2015/16 está programado incorporar un



nuevo grupo en la asignatura con mayor número de matriculados). En las asignaturas optativas existe un único grupo de teoría con una o varias subdivisiones en prácticas de aula, de laboratorio o de tutorías grupales (según tipo de asignatura y número de alumnos matriculados) (E2.3).

En primer curso, en el que existen asignaturas compartidas entre los distintos Grados, además del grupo del itinerario bilingüe, **se procura asignar a un único grupo a los alumnos de cada Grado con el fin de que haya una mayor homogeneidad en el nivel de conocimientos inicial** pues el perfil de entrada (bachillerato cursado, acceso por Ciclos Formativos de Grado Superior (CFGS), estudios universitarios previos, experiencia profesional, etc.) es bastante diferente según el Grado elegido. Además de resultados positivos en el rendimiento de los alumnos, según lo manifestado por el profesorado, este sistema permite la programación de horarios más coherentes para los alumnos. Esto no obvia que el alumno pueda solicitar su cambio a cualquier otro grupo de la asignatura (véase Directriz 1.3). En cuarto curso existe una asignatura optativa en docencia compartida con el Grado en Turismo. Asimismo, en cuarto curso existen, por su carácter transversal, dos asignaturas optativas de Facultad comunes a los cuatro Grados: *Creación de empresas* (desde el Grado en Turismo) y *Responsabilidad social corporativa* (del Grado en Comercio Marketing) así como otra optativa de Facultad (*Psicología de las Relaciones Humanas*) compartida con el Grado en Gestión y Administración Pública y con el Grado en Turismo.

Con carácter general, el Grado está programado en horario de mañana con casos puntuales en primer, segundo y cuarto curso (obligatorias con alto número de matriculados, optativas o desdobles). En tercero hay programado un grupo de cada asignatura en horario de mañana y otro en horario de tarde.

En el caso de las asignaturas optativas, programadas en ambos semestres de tercer y cuarto curso, se procura que no existan solapamientos para maximizar la posibilidad de elección del alumno; aunque genera horarios más dispersos, esta organización responde a la petición realizada por los alumnos en los órganos de gestión de la Facultad. Sin embargo, al poder el alumno programar libremente su itinerario de optatividad, es imposible conocer a priori todas las posibles combinaciones que se pueden dar; por ello se recomienda al alumno la revisión previa de los horarios publicados, como se señala en el siguiente párrafo.

En resumen, **la combinación en las asignaturas de formación básica y obligatoria de primer curso de grupos de teoría de mañana y/o tarde, junto con la variedad de horarios en todos los cursos de los distintos tipos de subgrupos**, permite una diversidad suficiente de horarios para que los alumnos puedan optar a cambiar el grupo inicialmente asignado (siempre que haya plazas disponibles en los solicitados). En este sentido, hay que resaltar que **la asignación prevista a grupos de teoría y los horarios de todas las asignaturas están publicados en abierto en la página web de la Facultad desde antes del inicio del periodo de matrícula** y que en la aplicación informática de matrícula se incorpora un aviso con el



enlace en que pueden consultarse. Por ello **los alumnos pueden saber cuál será su horario antes de seleccionar las asignaturas que cursarán** y evitar así escoger asignaturas cuyos horarios se solapen (**E2.4**).

Las **fechas de solicitud de cambio de grupo** para las asignaturas de cada semestre, los criterios generales, casos contemplados y justificantes a aportar, y los documentos de solicitud, se encuentran disponibles desde antes del inicio del periodo de matrícula en la página web de la Facultad (**E2.5**).

El **tamaño de los grupos es adecuado y se adapta a los diferentes tipos de actividades** formativas que se desarrollan bien en las clases, bien en las actividades programadas fuera del aula. El tamaño de cada tipo de grupo se ajusta al Acuerdo sobre Procedimiento de Elaboración del Plan Docente (**E2.9**) y, además, todos los años se activa algún grupo o subgrupo adicional que permite reducirlo en distintas asignaturas. El tamaño del grupo grande (sesiones expositivas o de teoría) depende del número de alumnos matriculados así como del número de subdivisiones de cada grupo para las distintas actividades (prácticas de aula en grupo reducido; prácticas de laboratorio y/o tutorías grupales en grupo muy reducido) (**E2.6**).

Para determinar el **tamaño de los grupos** el Vicerrectorado competente (Vicerrectorado de Profesorado y Ordenación Académica) tiene en cuenta el número de alumnos matriculados y la estimación de su evolución; la Facultad aporta la información relacionada con el tipo de asignatura y actividades formativas, así como las opiniones de profesores, coordinadores de asignatura y de Grado, y de la Comisión de Docencia. Con toda esta información es el Vicerrectorado el que finalmente programa el número de grupos para el siguiente curso académico y la Facultad la que establece la estructura final de los mismos en función de lo concedido, así como la asignación de alumnos a ellos; todo ello, según establece también el Vicerrectorado, podrá ajustarse al inicio de cada curso académico en función del número real de matriculados y de los recursos docentes disponibles en los Departamentos implicados.

Respecto a la **coordinación de pruebas de evaluación continua**, y tal como establece el Reglamento de la Universidad de Oviedo, al principio de cada semestre se coordinan desde el Decanato aquellas que tienen un peso en la evaluación final de un 10% o más (véase Directriz 1.3).

Para complementar la docencia como formación integral y crítica de los estudiantes y como preparación para el ejercicio de actividades profesionales, se favorece la realización de actividades complementarias y la impartición de charlas, organización de mesas redondas, etc. tanto por los profesores del Grado como por iniciativa de los propios alumnos, que se procuran abrir a toda la comunidad educativa para favorecer el intercambio de puntos de vista desde la perspectiva de los distintos estudios impartidos en la Facultad.

Por último, para favorecer el conocimiento de los estudios impartidos y sus características, la integración en la vida universitaria, orientar al alumno durante su formación y facilitar el



tránsito a la actividad profesional se ha diseñado un **Plan de Acción Tutorial** (véase Directriz 5.4).

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
	X			

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E2.1- Acta Comisión Calidad 01.06.2012

E2.2- Enlace Guías docentes <http://sies.uniovi.es/ofe-pod-jsf/web/oferta/index.faces>

E2.3- Distribución de grupos

E2.4- Enlace horarios <http://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/horarios>

E2.5- Cambio de grupo <http://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grupos>

E2.6- Tamaño grupos

E2.9- Acuerdo de 6 de mayo de 2013, del Consejo de Gobierno de la Universidad de Oviedo, sobre procedimiento de elaboración del Plan de Organización Docente de enseñanzas regladas adaptadas al Real Decreto 1393/2007

E20.1- Memoria de Verificación del Grado en Comercio y Marketing 2010

<http://calidad.uniovi.es/garantiainterna/seguimientotitulos/jovellanos>

E21.4- Plan de Estudios del Grado en Comercio y Marketing

<http://www.boe.es/boe/dias/2012/06/19/pdfs/BOE-A-2012-8242.pdf>

1.2. El perfil de egreso definido (y su despliegue en el plan de estudios) mantiene su relevancia y está actualizado según los requisitos de su ámbito académico, científico o profesional.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

La actualización del perfil de egreso, desde las perspectivas académica y científica, se consigue a través del claustro de profesores que renuevan permanentemente tanto sus conocimientos e investigaciones (**Tabla 1** y **E9.5**), como las experiencias de movilidad (**E9.8**) y las técnicas docentes (**E9.3**).

Aparte de los docentes, es fundamental para mantener el perfil de egreso actualizado, **el contacto y el intercambio de opiniones con profesionales que puedan aportar información relevante acerca de la adecuación del perfil de los egresados a las exigencias del mercado laboral**. En este sentido, desde la gestación del título, se contó con la opinión y sugerencias de agentes externos profesionales y antiguos alumnos (**E20.1** y



E20.2). Una vez implantado el Grado, la Comisión de Calidad del Centro continuó esta labor con la incorporación de miembros externos a la comunidad educativa que, por su experiencia profesional, suponen una valiosa fuente de información y de propuestas de mejora. En concreto, entre los agentes externos que forman parte de la Comisión de Calidad están el Gerente del Centro Municipal de Empresas del Ayuntamiento de Gijón y el Presidente del Club Asturiano de Calidad (**E5.5**).

Además de las aportaciones de los agentes externos de la Comisión de Calidad, en relación a las competencias y destrezas que ha de tener un egresado para facilitar su inserción laboral y su desarrollo profesional, **el hecho de que las prácticas externas sean obligatorias, y que cada alumno cuente con un tutor académico y otro en la empresa, también permite el intercambio de opiniones entre la Facultad y los empleadores.** En particular, los tutores en la empresa valoran a nuestros alumnos en términos de: capacidad técnica, capacidad de aprendizaje, administración de trabajos, habilidades de comunicación, adaptación, trabajo en equipo, etc. (**E1.1**). Estas valoraciones pueden reflejar los puntos fuertes y débiles de nuestros estudiantes, y servir de base para actualizar el perfil de egreso. Concretamente, la valoración media de todos los aspectos ha sido muy elevada (8,91) (**E1.2**). Cabe destacar asimismo que, fruto de la colaboración que mantiene la Facultad con el Centro Municipal de Empresas en las asignaturas de Creación de Empresas y Prácticas Externas, se consiguió en 2013 **el reconocimiento europeo Enterprise 2020 en la modalidad de “Habilidades para el empleo”** (**E22.1** y **E22.2**).

Los alumnos pueden aportar también información relevante acerca de la adecuación del título. Por un lado, los alumnos deben entregar, al finalizar las prácticas una memoria en la que se incluye un apartado donde tienen que valorar, en términos de competencias, la relación entre el plan de estudios y las prácticas (**E1.3**). Por otro lado, desde el curso 2013/14, se convoca a los alumnos de 4º curso a una reunión con la Coordinadora de Grado y la Decana para intercambiar opiniones acerca del plan de estudios que puedan servir para mejorar la titulación (**E1.4**). La información recogida en esta primera reunión fue llevada a la Comisión de Calidad, la cual consideró seguir realizando la iniciativa cada año, con el objetivo de ir atendiendo y trasladando las recomendaciones (**E1.5**).

Por último, **el nivel de inserción de los egresados constituye un elemento directamente relacionado con la existencia de un adecuado ajuste entre el perfil de egreso y la formación recibida.** Desde el curso 2014/15, en el que ya se cuenta con una primera promoción de egresados del Grado, la Universidad de Oviedo pone en marcha un Proceso de Orientación Profesional y Seguimiento de Egresados (**E18.1**), que utiliza como evidencias documentos e informes sobre la inserción laboral de los egresados del Título. Aunque ya se dispone de un primer estudio sobre los egresados en 2013/14 (véase Directriz 7.3), será preciso acumular resultados de más años para poder extraer conclusiones rigurosas al respecto.



VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
	X			

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

Tabla 1. Asignaturas del plan de estudios y su profesorado

E1.1- Documento 06 Prácticas Externas

E1.2- Resultados prácticas externas curso académico 2013/14

E1.3- Documento 07 Prácticas Externas

E1.4- Convocatoria consulta alumnos 4º

E1.5- Acta Comisión Calidad 09.06.2014

E5.5- Composición Comisión de Calidad

<http://jovellanos.uniovi.es/organizacion/calidad>

E9.3- Informe Proyectos de Innovación Docente del Profesorado

E9.5- Informe Cursos de Formación del Profesorado (ICE)

E9.8- Informe Movilidad del Profesorado (CEI, ERASMUS)

E18.1- Proceso de Orientación Profesional y Seguimiento de Egresado (PR-SCIG-UO-04)

E20.1- Memoria de Verificación del Grado en Comercio y Marketing 2010

<http://calidad.uniovi.es/garantiainterna/seguimientotitulos/jovellanos>

E20.2- Informes favorables para el Título

E22.1- Certificado Enterprise 2020

E22.2- Contenidos Proyecto Enterprise 2020

1.3. El título cuenta con mecanismos de coordinación docente (articulación horizontal y vertical entre las diferentes materias/asignaturas) que permiten tanto una adecuada asignación de carga de trabajo del estudiante como una adecuada planificación temporal, asegurando la adquisición de los resultados de aprendizaje.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

La implantación del Espacio Europeo de Educación Superior implica la coordinación, tanto vertical como horizontal, de las enseñanzas. En particular, **en nuestro Centro, se ha optado por una combinación de mecanismos a diferentes niveles, que persiguen el desarrollo coherente del plan de estudios, sin solapamientos ni sobrecargas.**

En primer lugar, **a nivel de asignaturas, todas ellas cuentan con un coordinador, que es**



asignado por el Departamento correspondiente al elaborar el plan docente. El coordinador de asignatura es el responsable de elaborar las guías docentes en la que se diseñan los contenidos y sistemas evaluación de acuerdo con las competencias y resultados de aprendizaje que vienen recogidos en la Memoria de Verificación del Grado. Su labor adquiere especial relevancia cuando en una asignatura participa más de un profesor, pues deberá velar porque todos los docentes se ajusten a los contenidos y la planificación de la guía docente, tanto para las actividades teóricas como prácticas (**E2.2**).

En segundo lugar, **a nivel de Grado, nuestro Centro cuenta, desde que comenzaron las enseñanzas del mismo, con la figura de Coordinador de Grado, que junto con el equipo decanal vela por la coherencia y coordinación –vertical y horizontal- de la formación a lo largo de los diferentes cursos.** En este sentido, los Coordinadores de Grado tienen entre sus funciones: detectar solapamientos y comprobar que la temporización de las asignaturas en el plan de estudios es correcta, informar a la Comisión de Calidad -de la que forman parte- de aspectos que puedan afectar al seguimiento de los estudios, o actuar como interlocutor ante posibles peticiones por parte de profesores y/o alumnos para mejorar la coherencia de las enseñanzas (**E23.1**).

En tercer lugar, **a nivel de Centro, el equipo decanal ha ido ampliándose a medida que se han ido implantando los diferentes cursos del Grado.** Así, cuando comenzaron las enseñanzas adaptadas al Espacio Europeo, la Facultad contaba con dos Vicedecanos y en la actualidad hay dos más. **Esta mejora cuantitativa en el equipo decanal ha permitido distribuir mejor las tareas de coordinación en el plano funcional.** De este modo, hay una clara separación de las responsabilidades por funciones (**E23.2**):

- **Ordenación académica**, que fija horarios de las materias teóricas y prácticas, establece las fechas de exámenes, atiende a cambios de grupos y horarios, coordina las actividades de evaluación que supongan más de un 10% de la calificación total y vela por el cumplimiento de la docencia de acuerdo con los horarios y la planificación de las actividades formativas (**E2.7**). En este sentido, a la hora de coordinar las actividades docentes, se ha tenido especial precaución en el diseño de los horarios, evitando que las actividades prácticas (bien sean las prácticas de aula o las tutorías grupales) se programen en la primera semana de clases, con el objetivo de que los alumnos puedan adquirir los conocimientos teóricos necesarios para su aplicación (**E2.4**).
- **Estudiantes**, que incluye la atención general a los estudiantes de diferentes modalidades y características, la coordinación del plan de acción tutorial, y la gestión de la evaluación diferenciada para aquellos estudiantes que bien por estar matriculados a tiempo parcial o por encontrarse en un programa de movilidad no pueden seguir con normalidad las pruebas de evaluación continua (**E26.1**). Además el Vicedecano de Estudiantes está en permanente contacto con los **delegados de curso**, lo que contribuye a detectar posibles dificultades y recoger sugerencias de



mejora (E23.3).

En aras de que todos los estudiantes puedan adquirir las mismas competencias con independencia de su situación personal de partida, ambos Vicedecanatos colaboran para favorecer el cambio de grupo que permita a los estudiantes compatibilizar asignaturas de diferentes cursos, y por motivos de trabajo, enfermedad y transporte (E2.5). Asimismo, ante situaciones graves o sobrevenidas, bajo petición de los alumnos, se organizará la repetición de las pruebas de evaluación (E23.4). Por otro lado, todos los años se envía comunicación a los profesores de estudiantes con necesidades específicas para que adapten las pruebas en tiempo y forma (E2.8).

- **Prácticas y Trabajos Fin de Grado**, que supone el diseño y planificación de las Guías Docentes de estas dos asignaturas de carácter transversal. Implica además la asignación y coordinación de los tutores para los TFG y de los tutores de Prácticas Externas, tanto académicos como de las empresas e instituciones colaboradoras; la fijación de tribunales y comisiones de evaluación; y el establecimiento de convenios y contactos con las empresas e instituciones colaboradoras.
- **Calidad y relaciones internacionales**, que aparte de los procesos de seguimiento de calidad, asume las labores de Coordinador Internacional del Centro, como establecer nuevas relaciones y convenios, coordinar a los Responsables de Acuerdos, asignar las becas Erasmus, y asesorar y organizar a los alumnos de intercambio de origen y destino.

Por último, **cabe destacar también el papel que juegan las Comisiones en el seguimiento y coordinación de los títulos**. La **Comisión de Docencia del Centro**, que revisa la asignación de grupos por parte del Vicerrectorado de Profesorado y Ordenación Académica y aprueba los mecanismos de evaluación diferenciada para cada asignatura, ha jugado un papel muy importante, especialmente al principio de la implantación de los títulos, apoyando al equipo decanal en la petición de nuevos grupos de teoría y prácticas para adaptar las enseñanzas al nuevo Espacio Europeo de Educación Superior (E23.5).

La **Comisión de Calidad del Centro**, entre otras funciones, revisa cada año las guías docentes de todas las asignaturas de cada Grado, haciendo especial hincapié en que las asignaturas se ajusten a las competencias y resultados de aprendizaje que vienen recogidas en la Memoria de Verificación del Grado, que los sistemas de evaluación sean coherentes y queden muy bien definidos, y que haya un cronograma donde quede claramente reflejada una adecuada carga del estudiante tanto presencial como no presencial (E23.6)

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
X				



LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

<p>E2.2- Enlace Guías docentes http://sies.uniovi.es/ofe-pod-jsf/web/oferta/index.faces</p> <p>E2.4- Enlace horarios http://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/horarios</p> <p>E2.5- Cambio de grupo http://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grupos</p> <p>E2.7- Mensajes de coordinación enviados a profesores</p> <p>E2.8- Mensajes de adaptación a necesidades específicas y especiales</p> <p>E23.1- Enlace Coordinadores de Grado</p> <p>https://jovellanos.uniovi.es/organizacion/coordinadores</p> <p>E23.2- Enlace Equipo Decanal</p> <p>https://jovellanos.uniovi.es/organizacion/directiva</p> <p>E23.3- Enlace Delegación de Alumnos</p> <p>https://jovellanos.uniovi.es/estudiantes/delegacion</p> <p>E23.4- Enlace Justificación falta asistencia a una prueba de evaluación</p> <p>http://jovellanos.uniovi.es/secretaria/-/asset_publisher/0029/content/justificar-una-falta-de-asistencia-a-una-clase-obligatoria-o-una-prueba-de-evaluacion?redirect=%2Fsecretaria%3Fp_p_id%3D101_INSTANCE_0029%26p_p_lifecycle%3D0%26p_p_state%3Dnormal%26p_p_mode%3Dview%26p_p_col_id%3Dcolumn-1%26p_p_col_pos%3D2%26p_p_col_count%3D3%26_101_INSTANCE_0029_c1nntag%3Dcs_facultad_-_escuela%252C%26p_r_p_564233524_tag%3D%26_101_INSTANCE_0029_delta%3D10%26_6_101_INSTANCE_0029_keywords%3D%26_101_INSTANCE_0029_advancedSearch%3Dfalse%26_101_INSTANCE_0029_andOperator%3Dtrue%26cur%3D2</p> <p>E23.5- Enlace Comisión de Docencia</p> <p>https://jovellanos.uniovi.es/organizacion/docencia</p> <p>E23.6- Enlace Comisión de Calidad</p> <p>http://jovellanos.uniovi.es/organizacion/calidad</p> <p>E26.1. Actas de la Comisión de Docencia, en las que resuelven las solicitudes de evaluación diferenciada.</p>

1.4. Los criterios de admisión aplicados permiten que los estudiantes tengan el perfil de ingreso adecuado para iniciar estos estudios y en su aplicación se respeta el número de plazas ofertadas en la memoria verificada.



VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

El **perfil de ingreso** al Grado se encuentra publicado en la web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos en el apartado "Información académica", con fácil acceso para los estudiantes (**E3.1**). Allí se recogen tanto las competencias y habilidades que deben presentar los estudiantes que deseen cursar estos estudios, como un resumen de su contenido y salidas profesionales, además de su estructura y duración. Esta información se corresponde con la recogida en la memoria de verificación del Grado y también puede encontrarse en la web general de la Universidad de Oviedo (**E3.2**). La información que ofrece la Universidad y el centro es complementaria y de fácil acceso para los estudiantes y otros usuarios, como destaca el informe de seguimiento del título de la ANECA en 2012 (**E5.14**).

Además, en la web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos se encuentra publicada una **guía de acceso específica** para el Grado en Comercio y Marketing (**E14.1**), en la que se realizan recomendaciones previas a los estudiantes de nuevo ingreso y se les informa sobre distintos aspectos del plan de estudios, matrícula, reconocimientos y adaptaciones, organización docente y demás cuestiones del régimen académico.

Ante la creciente demanda experimentada por el Título (**Tabla 4**), la memoria de verificación actualizada y aprobada por la ANECA en 2014 incrementó a 200 el número de plazas ofertadas (**E20.4**). En este sentido, el informe de seguimiento del curso 2012-2013 elaborado por la Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos en colaboración con la Unidad Técnica de Calidad de la Universidad de Oviedo (**E5.13**) destacó como punto fuerte del Grado que el porcentaje de alumnos en primera matrícula "es superior al porcentaje medio de los Grados pertenecientes a la misma rama y a todos los Grados de la Universidad de Oviedo".

Por otra parte, en cuanto al **acceso a la Universidad de Oviedo para mayores de 40 años** mediante la acreditación de experiencia profesional vinculada con el título, en la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos se constituye cada curso académico un Tribunal que realiza la prueba en la que se verifica la adecuación del futuro estudiante al perfil profesional (**E3.3**). La información sobre esta modalidad de acceso y el procedimiento de admisión se encuentra fácilmente accesible en la web de la Universidad de Oviedo (**E3.4**).

Por otra parte, el Acuerdo del Consejo de Gobierno de la Universidad de Oviedo de 6 de mayo de 2013 y de 17 de mayo del Consejo Social, reorganizó la impartición de **los cursos de adaptación al Grado en Comercio y Marketing** para Diplomados, previstos en la Memoria de Verificación inicialmente aprobada por la ANECA y que permitió el acceso al Grado en Comercio de 40 estudiantes por curso académico. En dicho Acuerdo se decidió no ofertar los cursos de adaptación a Grado para estudiantes de nuevo ingreso a partir del curso 2013/14 (**E3.5**). Desde ese curso, los diplomados en Ciencias Empresariales pueden incorporarse al Grado en las mismas condiciones que los demás estudiantes, con la aplicación de la tabla de



adaptaciones correspondiente, pudiendo elegir el régimen de dedicación a tiempo completo o a tiempo parcial y solicitar, en este último caso, la evaluación diferenciada. Las tablas de adaptación se encuentran publicadas en la web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos (**E3.6**).

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
	X			

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

Tabla 4. Evolución de indicadores y datos globales del título

E3.1- Perfil de ingreso en web Facultad Jovellanos

https://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grado/grado/-/asset_publisher/xN9W/content/grado-en-comercio-en-marketing?redirect=%2Finfoacademica%2Fgrado

E3.2- Perfil de ingreso en web uniovi.es

http://www.uniovi.es/estudios/grados/-/asset_publisher/X5CYKURHdF1e/content/grado-en-comercio-y-marketing-2014?redirect=%2Festudios%2Fgrados

E3.3- Actas del Tribunal de valoración de la experiencia laboral o profesional para el acceso de mayores de 40 años 26.03.2013.

E3.4- Información en la web de la Universidad sobre el acceso para mayores de 40 años.

<http://www.uniovi.es/accesoyayudas/estudios/mayores40>

E3.5- Acuerdo de 6 de mayo de 2013 del Consejo de Gobierno de la Universidad de Oviedo y de 17 de mayo del Consejo Social

<https://sede.asturias.es/bopa/2013/06/04/2013-10157.pdf>

E3.6- Tablas de adaptación al Grado para los Diplomados en Ciencias Empresariales

http://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grado/grado/-/asset_publisher/xN9W/content/grado-en-comercio-en-marketing?redirect=%2Finfoacademica%2Fgrado

E5.13- Informe de Seguimiento del Grado

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E5.14- Informes de Verificación y Seguimiento de la ANECA

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>



E14.1- Enlace Guía de Acceso al Grado

<http://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grado>

E20.4- Memoria de Verificación del Grado en Comercio y Marketing 2014

<http://calidad.uniovi.es/garantiainterna/seguimientotitulos/jovellanos>

1.5. La aplicación de las diferentes normativas académicas (permanencia, reconocimiento, etc.) se realiza de manera adecuada y permite mejorar los valores de los indicadores de rendimiento académico.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

El Acuerdo de 15 de diciembre de 2010, del Consejo Social de la Universidad de Oviedo, por el que se aprueba **la normativa de progreso y permanencia** en los estudios de Grado establece diversas exigencias para los estudiantes matriculados a tiempo completo y a tiempo parcial. Los primeros deben superar al menos 12 ECTS en cada curso académico y aprobar al menos 90 ECTS tras finalizar su tercer curso de permanencia, de los cuales al menos 48 ECTS corresponderán a asignaturas del primer curso, requisitos que se flexibilizan en el caso de las matrículas a tiempo parcial. Esta normativa fue modificada por Acuerdo de 5 de septiembre de 2014, del Pleno del Consejo Social, para establecer que, en la primera matrícula de cada asignatura, solo se agotaran aquellas convocatorias en las que el estudiante se haya presentado a los procesos de evaluación establecidos, existiendo un total de seis convocatorias para superar cada asignatura. En las sucesivas matrículas, las convocatorias se entenderán agotadas aunque el estudiante no se someta a la evaluación (**E24.1**).

Además de en la web general de la Universidad de Oviedo, la información sobre la normativa de permanencia se encuentra disponible en la web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos, que ha elaborado una nota explicativa para facilitar su comprensión y difusión entre los estudiantes (**E24.2**).

La aplicación de estos requisitos durante el curso académico 2013-2014 ha dado como resultado el abandono de los estudios de 47 alumnos del Grado en Comercio y Marketing en la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos, lo que supone un 8 % del total de los matriculados en dicho Grado, porcentaje ligeramente superior a la media del conjunto de la Universidad de Oviedo (**E24.3**).

Por otra parte, el Acuerdo de 28 de abril de 2011, del Consejo de Gobierno de la Universidad de Oviedo, por el que se aprueba el **Reglamento de reconocimiento y transferencia de créditos y de adaptación**, permite obtener el reconocimiento de créditos desde estudios universitarios oficiales o títulos propios universitarios, mediante la validación de la experiencia laboral o profesional y por la realización de actividades universitarias culturales, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación. Además, se regula la forma en la que se producirá la transferencia de créditos superados en enseñanzas oficiales que no hayan sido



utilizados para la obtención de un título y se define la adaptación como el cambio desde los estudios universitarios anteriores al EEES a los estudios oficiales de Grado. El Reglamento contempla, asimismo, los procedimientos aplicables por parte de las Comisiones Técnicas de Reconocimiento de Créditos de los Centros y la Comisión General de Reconocimiento de Créditos (**E25.1**).

La Comisión Técnica de reconocimiento de créditos reconoce los créditos superados en otras titulaciones teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y contenidos asociados a las asignaturas superadas previamente por el estudiante y los previstos en el plan de estudios del Grado en Comercio y Marketing. Una vez estudiadas las competencias adquiridas con las asignaturas para las que se solicita reconocimiento, la resolución que se dicte incluye el conjunto de asignaturas que no serán cursadas por el alumno. Serán susceptibles de pertenecer a este conjunto aquellas asignaturas en las cuales la identidad de contenidos, competencias y carga lectiva tenga una equivalencia de al menos el 75%. De acuerdo con lo establecido en el artículo 21.7 del Reglamento de Reconocimiento y Adaptación, la web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos mantiene actualizado y público un registro histórico de los acuerdos adoptados, con referencia a las asignaturas que han sido reconocidas durante al menos tres ocasiones, procedentes de titulaciones universitarias oficiales y ciclos formativos de grado superior (**E25.2**).

En Asturias existen Mesas Técnicas Mixtas Universidad de Oviedo-Consejería de Educación que establecen tablas de reconocimientos para aquellos Ciclos Formativos de Grado Superior (CFGs) relacionados con los estudios para los que se solicita el reconocimiento, aquellos desde los que se reconocen un mínimo de 30 ECTS. Las tablas aprobadas por la Mesa Técnica y posteriormente aprobadas por la Comisión Técnica de Reconocimiento de Créditos (CTRC) de la Facultad Jovellanos se encuentran disponibles en la web del Centro (**E25.3**). Sólo se reconocen CFGs completos y la tabla se aplica en su totalidad, salvo que el alumno tenga ya aprobada alguna de las asignaturas que se le impide cursar, en cuyo caso no se reconocerían los ECTS del módulo de origen. Los Ciclos Formativos no relacionados pueden ser objeto de reconocimiento, pero para ello es necesario el análisis de los contenidos, competencias y resultados de aprendizaje de cada una de las asignaturas por parte de la Comisión Técnica de Reconocimiento de créditos.

Respecto a los títulos propios y la actividad o experiencia profesional, existe un límite conjunto del 15% de créditos de la titulación (36 ECTS). El sistema de reconocimiento de títulos propios es similar a los del resto de estudios (contenidos, etc.). La experiencia profesional o laboral acreditada se reconoce, previa justificación por el alumno, bien por asignaturas concretas si existe adecuación con los contenidos, competencias y resultados del aprendizaje o bien por las prácticas externas. La documentación aportada por el alumno se envía al coordinador de la asignatura, que emite un informe motivado. La CTRC decide tras el análisis de este informe y de la documentación aportada, pudiendo en todo caso realizarse entrevistas o pruebas



complementarias (E4).

Por otra parte, el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje y las competencias adquiridas por el alumnado, aprobado por Acuerdo de 17 de junio de 2013, del Consejo de Gobierno de la Universidad de Oviedo, prevé la posibilidad de que se establezcan **modelos de evaluación diferenciados**, aplicables para estudiantes matriculados a tiempo parcial. Los estudiantes que deseen acogerse a esta modalidad de evaluación deberán presentar la oportuna solicitud, acompañada de la documentación que acredite la imposibilidad de seguir con normalidad el desarrollo del curso. La competencia para resolver las solicitudes fue delegada por la Comisión de Gobierno de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos, en la Comisión de Docencia, según refleja el acta de 8 de noviembre de 2011 (E26.2). La citada Comisión, previo informe del coordinador de la asignatura, resuelve estableciendo el mecanismo de evaluación específico para cada alumno y asignatura (E26.1).

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
	X			

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E4- Listado de estudiantes que han obtenido reconocimiento de créditos por otros títulos universitarios, experiencia laboral, títulos propios y enseñanzas superiores no universitarias.

E24.1- Normativa de permanencia publicada en la Universidad de Oviedo

http://www.uniovi.es/accesoyayudas/tramites/tramite/-/asset_publisher/v9UAvM9qJpFc/content/continuar-estudios-de-grado-o-master-sin-cumplir-normas-de-permanencia-o-progreso?p_p_auth=krxPJ4SG&redirect=%2Faccesyayudas%2Ftramites

E24.2- Información y nota aclaratoria sobre la normativa de permanencia en la web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

<http://jovellanos.uniovi.es/infoacademica>

E24.3- Información sobre los datos de los estudiantes que no han superado las normas de permanencia en el curso 2012/2013.

E25.1- Normativa de reconocimiento y adaptación publicada en la web de la Universidad de Oviedo

<http://www.uniovi.es/-/reconocimiento-de-creditos>

E25.2- Registros históricos de las asignaturas reconocidas



https://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grado/grado/-/asset_publisher/xN9W/content/grado-en-comercio-en-marketing?redirect=%2Finfoacademica%2Fgrado

E25.3- Reconocimientos desde Ciclos Formativos de Grado Superior.

https://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grado/grado/-/asset_publisher/xN9W/content/grado-en-comercio-en-marketing?redirect=%2Finfoacademica%2Fgrado

E26.1- Actas de la Comisión de Docencia, en las que resuelven las solicitudes de evaluación diferenciada.

E26.2- Acta Comisión de Gobierno 08.11.2011



Criterio 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

Estándar:

La institución dispone de mecanismos para comunicar de manera adecuada a todos los grupos de interés las características del programa y de los procesos que garantizan su calidad.

2.1. Los responsables del título publican información adecuada y actualizada sobre las características del programa formativo, su desarrollo y sus resultados, incluyendo la relativa a los procesos de seguimiento y acreditación.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

El equipo decanal de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos, como responsable del Centro en el que se imparte el título, y con el apoyo de un técnico en Informática, operador, personal laboral del grupo III, con sede en el Aulario Norte del Campus, cinco becarios de colaboración en servicios informáticos con destino en la Facultad y el personal del Centro de Innovación de la Universidad de Oviedo, **proporcionan en la página web del Centro (E27.1), y en particular en la página web del título (E27.2), información adecuada y actualizada sobre las características del programa formativo del Grado en Comercio y Marketing, recogido en su Memoria de Verificación, así como sobre su desarrollo y sus resultados, incluyendo la relativa a los procesos de seguimiento y acreditación.** Concretamente, se incluye, entre otra, información referente a:

- **Memoria de Verificación del Grado en Comercio y Marketing (E20.1, E20.3, E20.4)**
- procesos de **verificación, modificación, seguimiento y acreditación** ante la ANECA (**E5.14, E5.18, E5.19, E5.20**);
- proceso por el que se establece el carácter oficial del título y se publica su plan de estudios (**E21.1, E21.2, E21.3**);
- proceso de **seguimiento del título por la Comisión de Calidad** del Centro (**E5.13**);
- principales resultados del título, entre los que se incluyen indicadores de rendimiento académico, informes de satisfacción de los estudiantes y del profesorado, así como información acerca de la inserción laboral incluida en el informe de egresados (**E5.6, E5.7, E5.9, E18.3**);
- **Informe de la Auditoría Interna al Sistema de Garantía Interna de la Calidad de la Universidad de Oviedo en la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos (E5.4).**

En relación con la obtención de los principales resultados del título, conviene señalar que es la **UTCaI**, dependiente del Vicerrectorado de Profesorado y Ordenación Académica de la Universidad de Oviedo, **quien presta a la Facultad el soporte necesario en las tareas de evaluación de la enseñanza, la docencia y los servicios**, habiendo sido ella la encargada de diseñar el Sistema de Garantía Interna de la Calidad (SGIC) de la Universidad de Oviedo. De acuerdo con los procedimientos recogidos en el SGIC, la UTCaI realiza periódicamente



encuestas a los diferentes colectivos y elabora informes de rendimiento académico que la Comisión de Calidad del Centro utiliza para elaborar, anualmente, el informe de seguimiento de los Grados impartidos en el Centro. Esta información se encuentra accesible a través de la página del Sistema de Calidad de la Facultad (E27.3).

Cabe destacar, además, que la **página web del Centro ha sido recientemente adaptada al formato corporativo** aprobado por la Universidad de Oviedo para todos sus Centros, momento que se ha aprovechado para reorganizar los contenidos así como para introducir mejoras significativas en el sistema de información; en general, sobre la Facultad y, en particular, sobre el título del Grado en Comercio y Marketing; disponiendo de numerosos enlaces a información de especial interés, entre los que se incluye el correspondiente al **Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT) (E27.4)**.

En términos generales consideramos que el **actual formato de la página web del Centro ha mejorado la disponibilidad, así como la accesibilidad a la información del título**, al tratarse de una página **más compresible e intuitiva y en continua actualización**. Por tanto, creemos que se garantiza el acceso a la información más relevante del Grado en Comercio y Marketing a todos los grupos de interés.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
	X			

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E5.4- Informe de auditoría interna del SGIC en la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E5.6- Informes de Rendimiento Académico

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E5.7- Informe de la Encuesta General de la Enseñanza

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E5.9- Informe de Movilidad ERASMUS

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E5.13- Informes de Seguimiento del Grado

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E5.14- Informes de Verificación y Seguimiento de la ANECA

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E5.18- Informe ANECA de la evaluación de la solicitud de verificación

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>



<p>E5.19- Informe ANECA de la propuesta de modificación de Plan de Estudios 2011</p> <p>E5.20- Informe ANECA de la propuesta de modificación de Plan de Estudios 2014</p> <p>E18.3- Informe de Egresados</p> <p>http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad</p> <p>E20.1- Memoria de Verificación del Grado en Comercio y Marketing 2010</p> <p>http://calidad.uniovi.es/garantiainterna/seguimientotitulos/jovellanos</p> <p>E20.3- Memoria de Verificación del Grado en Comercio y Marketing 2011</p> <p>http://calidad.uniovi.es/garantiainterna/seguimientotitulos/jovellanos</p> <p>E20.4- Memoria de Verificación del Grado en Comercio y Marketing 2014</p> <p>http://calidad.uniovi.es/garantiainterna/seguimientotitulos/jovellanos</p> <p>E21.1- Resolución de 2 de mayo de 2012, de la Universidad de Oviedo, por la que se publica el plan de estudios de Graduado en Comercio y Marketing (BOPA núm. 135 de 12-VI-2012 y BOE de 19 de junio de 2012)</p> <p>https://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grado/grado/-/asset_publisher/xN9W/content/grado-en-comercio-en-marketing?redirect=%2Finfoacademica%2Fgrado</p> <p>E21.2- Decreto 86/2010, de 30 de junio, por el que se autoriza la implantación en la Universidad de Oviedo de la enseñanza oficial de Grado en Comercio y Marketing (BOPA núm. 158 de 9-VII-2010)</p> <p>https://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grado/grado/-/asset_publisher/xN9W/content/grado-en-comercio-en-marketing?redirect=%2Finfoacademica%2Fgrado</p> <p>E21.3- Resolución de 23 de diciembre de 2010, de la Secretaría General de Universidades, por la que se publica el Acuerdo de Consejo de Ministros de 17 de diciembre de 2010, por el que se establece el carácter oficial de determinados títulos de Grado y su inscripción en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (BOE de 14 de enero de 2011)</p> <p>https://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grado/grado/-/asset_publisher/xN9W/content/grado-en-comercio-en-marketing?redirect=%2Finfoacademica%2Fgrado</p> <p>E27.1- Página web del Centro</p> <p>https://jovellanos.uniovi.es/</p> <p>E27.2- Página web del título</p> <p>https://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grado/grado/-/asset_publisher/xN9W/content/grado-en-comercio-en-marketing?redirect=%2Finfoacademica%2Fgrado</p> <p>E27.3- Página web del Sistema de Calidad de la Facultad de Comercio, Turismo y</p>



Ciencias Sociales Jovellanos

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E27.4- Enlace al Registro de Universidades, Centro y Títulos del plan de estudios

https://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grado/grado/-/asset_publisher/xN9W/content/grado-en-comercio-en-marketing?redirect=%2Finfoacademica%2Fgrado

2.2. La información necesaria para la toma de decisiones de los futuros estudiantes y otros agentes de interés del sistema universitario de ámbito nacional e internacional es fácilmente accesible.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

La información necesaria para la toma de decisiones de los futuros estudiantes y otros agentes de interés del sistema universitario, tanto de ámbito nacional como internacional, ya sean profesores, empleadores, administraciones educativas y demás personas interesadas en el Grado en Comercio y Marketing, es fácilmente accesible a través de la página web del Centro (**E27.1**), y en particular a través de la web del título (**E27.2**).

Concretamente, a través de la página web del Centro se puede acceder a información relativa a **cuestiones generales de la Facultad**, tales como localización, instalaciones y servicios, seminarios y grupos de investigación, y Sistema de Calidad; a aspectos relacionados con el **funcionamiento y organización de la Facultad**, con el detalle de las personas que integran el equipo de dirección y las diferentes comisiones del Centro así como la Junta de la Facultad y los procesos electorales abiertos; **información académica**, entre la que se incluye la relación de estudios impartidos, la distribución de grupos, y las guías docentes, además de información sobre el Trabajo Fin de Grado (TFG), los horarios y fechas de exámenes y la Encuesta General de la Enseñanza; **secretaría virtual**, donde se informa de cuestiones relacionadas con diferentes trámites y modelos de solicitud más frecuentes así como normativa de interés; y **estudiantes**, con información acerca de becas y ayudas, prácticas en empresas, el Plan de Acción Tutorial, ofertas de empleo y Servicio de Orientación Laboral, los programas de movilidad, tanto nacional como internacional, de los estudiantes, posibilidades de alojamiento y la Delegación de Alumnos, entre otras cuestiones. También se ofrece la posibilidad de realizar sugerencias o comentarios a través de la web, de forma que los agentes interesados puedan valorar su accesibilidad, adecuación de la información disponible o cualquier otro aspecto que considere (**E27.11**). El video promocional de la Facultad, en español e inglés, recoge de forma resumida muchas de estas cuestiones (**E27.5**).

La anterior información se completa con la sección de noticias y eventos en constante actualización, con la difundida a través de los perfiles oficiales de la Facultad en redes sociales como Facebook y Twitter (**E27.12**, **E27.13**) y con la incluida en la página web del título (**E27.2**), entre la que se recoge información detallada de aspectos tales como: **vías de acceso** al título, **perfil de ingreso** recomendado y **salidas profesionales**; tipo de enseñanza, **competencias**



a adquirir, cursos de impartición y distribución de créditos; estructura del **plan de estudios**, incluyendo el desglose por materias y asignaturas; **preinscripción y matrícula**; la temporalidad y las guías docentes; información y normativa sobre **permanencia, evaluación por compensación y transferencia y reconocimiento de créditos**; información específica para **estudiantes con necesidades especiales**; planificación temporal del curso académico (horarios, aulas, calendario de exámenes,...); posibilidad de cursar el Grado parcialmente en inglés e Itinerario Bilingüe del Grado; **Prácticas Externas**; programas de **movilidad**; tablas de **adaptaciones** para los alumnos provenientes de planes a extinguir; y **Sistema de Calidad**.

La información relativa a informes de seguimiento y principales resultados del título (**E5.14, E5.13, E5.6, E18.3, E5.9, E5.7**), ya mencionada en el apartado anterior 2.1 se recoge en la página web del Sistema de Calidad de la Facultad (**E27.3**).

Igualmente es destacable que gran parte de la información relevante incluida en la **página web** del Centro está **disponible en inglés**, lo que resulta de especial ayuda para aquellos colectivos de lengua inglesa que se pudieran interesar por el título, entre ellos, posibles estudiantes extranjeros que busquen programas de intercambio (**E27.14**).

Por otra parte, conviene indicar que, al ser muchos procesos en la Universidad comunes entre Centros, la web institucional de la Universidad de Oviedo es complementaria con la de la Facultad, aportando información de carácter general. Ambas páginas están interconectadas mediante enlaces, lo que permite acceder a los mismos documentos por distintas vías.

También cabe señalar que la Facultad se esfuerza por informar a los potenciales alumnos de nuevo ingreso participando en todas las actividades que propone la Universidad. Así, en colaboración con el Centro de Orientación e Información al Estudiante (COIE) la Facultad organiza las **Jornadas de Puertas Abiertas destinadas a estudiantes de diferentes centros educativos** que acompañados de sus orientadores visitan aquellos Centros en los que están interesados. En estas Jornadas, a los estudiantes se les presentan todos los grados impartidos en el Centro y se les da respuesta a todas las dudas que plantean sobre los contenidos o las salidas profesionales de cada título. Posteriormente, se les invita a realizar una breve visita por las instalaciones de la Facultad. Desde el curso 2010/2011 -primer curso de implantación del Grado en Comercio y Marketing- la Facultad ha atendido por esta vía a más de 600 potenciales estudiantes (**E27.6**).

En el curso 2013/14 el COIE organizó la **I Feria Académica de la Universidad de Oviedo, "Ven a tu Universidad"**, en el Edificio Histórico de la Universidad de Oviedo (**E27.7**). En ella se atendió a estudiantes no sólo de segundo de bachiller, sino también de primero e incluso 4º curso de la ESO, quienes acompañados de sus familias tuvieron la oportunidad de acercarse al stand de la Facultad para resolver sus dudas o solicitar información sobre cualquiera de los grados. En esta feria se entregó a los estudiantes que mostraron su interés, entre otra documentación, la Ficha-resumen del Grado (**E27.8**) en la que se recoge información detallada



del Grado en Comercio y Marketing, así como la Guía de estudios impartidos (**E27.9**) en la que se incluye información, en inglés y en español, de todos los Grados impartidos en el Centro.

Finalmente, para acercarnos a nuestros futuros estudiantes y difundir la información de los Grados impartidos en la Facultad, desde el equipo decanal **se atienden todas las solicitudes de visitas a Centros de enseñanza secundaria** que sus orientadores nos hacen llegar. En estas charlas se presentan los Grados a los estudiantes y se intentan resolver las dudas que los estudiantes u orientadores nos plantean. Este último curso se han concertado y realizado 8 visitas a Centros (**E27.10**).

En resumen, **se considera que los potenciales estudiantes interesados en el título y otros agentes de interés del sistema universitario, ya sean de ámbito nacional o internacional, pueden acceder fácilmente a la información que necesitan para la toma de decisiones a través de la página web del Centro y del título y de las sesiones informativas organizadas**, si bien se sigue trabajando en esta línea tratando de mejorar en algunos aspectos puntuales.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
	X			

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E5.6- Informes de Rendimiento Académico

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E5.7- Informe de la Encuesta General de la Enseñanza

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E5.9- Informe de Movilidad ERASMUS

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E5.13- Informes de Seguimiento del Grado

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E5.14- Informes de Verificación y Seguimiento de la ANECA

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E18.3- Informe de Egresados

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E27.1- Página web del Centro

<https://jovellanos.uniovi.es/>

E27.2- Página web del título

https://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grado/grado/-/asset_publisher/xN9W/content/grado-en-comercio-en-marketing?redirect=%2Finfoacademica%2Fgrado



E27.3- Página web del Sistema de Calidad de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E27.5- Video promocional de la Facultad

<http://jovellanos.uniovi.es/videos>

E27.6- Información sobre las Jornadas de Puertas Abiertas celebradas en la Facultad

E27.7- Información sobre la I Feria Académica de la Universidad

E27.8- Ficha-resumen del Grado en Comercio y Marketing

[https://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grado/grado/-](https://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grado/grado/-/asset_publisher/xN9W/content/grado-en-comercio-en-marketing?redirect=%2Finfoacademica%2Fgrado)

[/asset_publisher/xN9W/content/grado-en-comercio-en-](https://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grado/grado/-/asset_publisher/xN9W/content/grado-en-comercio-en-marketing?redirect=%2Finfoacademica%2Fgrado)

[marketing?redirect=%2Finfoacademica%2Fgrado](https://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grado/grado/-/asset_publisher/xN9W/content/grado-en-comercio-en-marketing?redirect=%2Finfoacademica%2Fgrado)

E27.9- Guía de estudios impartidos en la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

E27.10- Calendario de visitas a Centros de enseñanza secundaria

E27.11- Formulario de contacto (buzón de sugerencias) de la página web del Centro

<https://jovellanos.uniovi.es/contacto>

E27.12- Perfil oficial de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos en Facebook

<https://www.facebook.com/facultad.jovellanos>

E27.13- Perfil oficial de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos en Twitter

<https://twitter.com/facjovellanos>

E27.14- Información en inglés en la Web de la Facultad: *Incoming students*

<http://jovellanos.uniovi.es/estudiantes/movilidad/incoming>

2.3. Los estudiantes matriculados en el título, tienen acceso en el momento oportuno a la información relevante sobre el plan de estudios y de los resultados de aprendizaje previstos.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

Los estudiantes matriculados en el Grado en Comercio y Marketing tienen acceso en el momento oportuno a la información relevante sobre el plan de estudios y los resultados de aprendizaje previstos, a través de la página web del Centro (E27.1) y del título del Grado en Comercio y Marketing (E27.2).

Concretamente, la información relativa a los **horarios** por curso y semestre, las **aulas**, el **profesorado** que imparte cada asignatura, así como la **distribución de grupos** se pone a disposición del estudiante en un período previo a la matrícula; al igual que se facilita información relativa al **calendario de exámenes** y a las **guías docentes** de las diferentes asignaturas que integran el plan de estudios, entre ellas las de las asignaturas **Prácticas Externas y Trabajo Fin de Grado**, una vez aprobadas por la Junta de la Facultad (E26.3).



En cuanto a la **información que contienen las guías docentes (E2.2)**, incluye: nombre del coordinador y del profesorado de la asignatura; contextualización; requisitos, si los hubiera; competencias que se trabajan y resultados del aprendizaje en que éstas se concretan; contenidos; metodología y plan de trabajo, distinguiendo entre actividades presenciales y no presenciales; evaluación del aprendizaje, compuesta por una parte de evaluación continua y otra de examen final; y bibliografía.

Dicha **información resulta de gran utilidad para los estudiantes**, que a través de sus representantes en la Comisión de Calidad de la Facultad pueden dar a conocer su opinión a este respecto (**E5.5**).

Cabe destacar que la información y otros recursos de aprendizaje de la mayor parte de las asignaturas del Grado se encuentran a disposición de los estudiantes en el Campus Virtual de la Universidad de Oviedo (**E9.6**).

En general, se considera que la información facilitada a través de la página web del Centro y del título, en lo que se refiere al plan de estudios y a los resultados de aprendizaje previstos, es **fácilmente localizable** por los estudiantes matriculados en el título así como **relevante y completa**, pudiendo afirmar que **tienen acceso a ella en el momento oportuno**.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
	X			

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E2.2- Enlace Guías docentes

<http://sies.uniovi.es/ofe-pod-jsf/web/oferta/index.faces>

E5.5- Composición de la Comisión de Calidad

<http://jovellanos.uniovi.es/organizacion/calidad>

E9.6- Asignaturas disponibles en el Campus Virtual

E26.3- Actas de la Junta de la Facultad donde se aprueba el Plan Docente de cada curso académico y las guías docentes

E27.1- Página web del Centro

<https://jovellanos.uniovi.es/>

E27.2- Página web del título

https://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grado/grado/-/asset_publisher/xN9W/content/grado-en-comercio-en-marketing?redirect=%2Finfoacademica%2Fgrado



Criterio 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC)

Estándar:

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

3.1. El SGIC implementado y revisado periódicamente garantiza la recogida y análisis continuo de información y de los resultados relevantes para la gestión eficaz del título, en especial los resultados de aprendizaje y la satisfacción de los grupos de interés.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

La documentación del SGIC implementado en la Universidad de Oviedo está públicamente disponible (**E5.1**). Dicha documentación se **revisa** y **actualiza** periódicamente, identificándose los cambios en el “Histórico de revisiones” presente al final de todos los documentos del SGIC, de acuerdo con el procedimiento *PD-SGIC-1.7.1 de control de la documentación*. Las actualizaciones corresponden a las revisiones periódicas llevadas a cabo por la Unidad Técnica de Calidad, la retroalimentación de los grupos de interés y los cambios en la legislación y/o normativa universitaria aplicable.

La Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos se adhiere al SGIC de la Universidad de Oviedo. En el 2011 se presentó la solicitud de certificación del diseño conforme al programa AUDIT de la ANECA, obteniendo un resultado positivo (certificado nº 255/11) (**E5.2** y **E5.3**).

En junio de 2011 se llevó a cabo una auditoría interna para comprobar el estado de implantación del SGIC en la Facultad, emitiéndose un informe de auditoría (**E5.4**).

El principal órgano responsable del SGIC en lo que aplica al Grado en Comercio y Marketing es la Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos, en la cual están representados estudiantes, profesores y personal de administración y servicios (PAS) vinculados al Grado (**E5.5**).

De acuerdo a lo establecido en el proceso *PR-SGIC-UO-06 de medición de resultados, análisis y mejora*, se lleva a cabo una **recogida sistemática y continua** de la siguiente información relativa al Grado:

R-SGIC-UO-16 Informe de Rendimiento Académico (**E5.6**)

R-SGIC-UO-20 Informe de la Encuesta General de la Enseñanza (**E5.7**)

R-SGIC-UO-32 Informe de Prácticas Externas (**E5.8**)

R-SGIC-UO-24 Informe de Movilidad ERASMUS (**E5.9**)

R-SGIC-UO-27 Informe de Egresados (**E18.3**)



R-SGIC-UO-50 Informe de resultados de la encuesta de satisfacción del PAS (se recoge por primera vez este año) **(E5.10)**

Toda esta información se recoge a partir de los resultados académicos registrados en la aplicación de gestión académica de la Universidad de Oviedo y de la consulta a los diferentes **colectivos** implicados en el Grado.

La Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos analiza toda esta información en el seno de las reuniones que mantiene **(E5.11)** de acuerdo al procedimiento *PD-SGIC-UO-1.5.2 de actuaciones de las Comisiones de Calidad*, que tiene como resultados principales el *R-SGIC-UO-06 Formulario de revisión de las guías docentes de las asignaturas* **(E5.12)**, para cumplir con el compromiso adquirido con los estudiantes establecido en la Memoria de Verificación del Grado en relación al plan de estudios ofertado, y el *R-SGIC-UO-68 Informe de seguimiento del título* **(E5.13)**, en el cual se reflejan las fortalezas y las debilidades detectadas en el desarrollo del Grado durante el curso académico analizado, así como las acciones de mejora a acometer para reforzar las primeras y subsanar las segundas. También se refleja en dicho informe el nivel de adecuación de los resultados a los objetivos establecidos en la Memoria de Verificación del Grado, el seguimiento de las sugerencias, la propuesta de modificaciones a introducir en la Memoria Verificación (si procede) y el estado de ejecución de las acciones de mejora incluidas en informes previos, tanto las propuestas internamente por la Comisión de Calidad, como las recomendadas en los informes de verificación y seguimiento del Grado emitidos por la ANECA **(E5.14)**.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
	X			

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E5.1- Sistema de Garantía Interna de la Calidad en la U.O.

<http://calidad.uniovi.es/garantiainterna>

E5.2- Certificación del diseño del SGIC de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

E5.3- Informe de evaluación del diseño del SGIC de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E5.4- Informe de auditoría interna del SGIC en la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>



E5.5- Composición de la Comisión de Calidad

<http://jovellanos.uniovi.es/organizacion/calidad>

E5.6- Informes de Rendimiento Académico

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E5.7- Informe de la Encuesta General de la Enseñanza

E5.8- Informe de Prácticas Externas

E5.9- Informe de Movilidad ERASMUS

E5.10- Informe de resultados de la encuesta de satisfacción del PAS (R-SGIC-UO-50)

E5.11- Actas de las reuniones de la Comisión de Calidad

<http://jovellanos.uniovi.es/organizacion/calidad>

E5.12- Formularios de revisión de las guías docentes de las asignaturas (R-SGIC-UO-06)

E5.13- Informes de Seguimiento del Grado

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E5.14- Informes de Verificación y Seguimiento de la ANECA

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E18.3- Informe de Egresados

3.2. El SGIC implementado facilita el proceso de seguimiento, modificación y acreditación del título y garantiza su mejora continua a partir del análisis de datos objetivos y verificables.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

Como ya se ha mencionado, en el *R-SGIC-UO-68 Informe de seguimiento del título (E5.13)* se hace constar el estado de ejecución de las acciones de mejora incluidas en informes previos, tanto las propuestas internamente por la Comisión de Calidad a partir de toda la información aportada por SGIC (véanse las evidencias del apartado anterior) y como resultado del análisis llevado a cabo en las reuniones que mantiene (**E5.11**), como las recomendadas en los informes de verificación y seguimiento del Grado emitidos por la ANECA (**E5.14**).

Las acciones acometidas abordan la mejora de diversos aspectos relativos al Grado como la información pública disponible a través de la web, las guías docentes, el proceso de enseñanza-aprendizaje, el rendimiento académico, la orientación a estudiantes potenciales y reales, la coordinación, etc. A modo de ejemplo concreto, se ha diseñado un Plan de Acción Tutorial (**E14.2**), entendido como la acción formativa y orientadora que el profesor ejerce con sus alumnos, que persigue como objetivo principal, el desarrollo integral de los estudiantes en sus dimensiones académica, personal y profesional.

El SGIC ha generado información de utilidad para facilitar el seguimiento del Grado a los miembros de la Comisión de Calidad. De hecho, aquella que les es directamente suministrada por la Unidad Técnica de Calidad es valorada positivamente por los presidentes de las Comisiones de Calidad de los Centros de la Universidad de Oviedo (**E5.15**). Asimismo, con carácter general, ha aumentado y mejorado la información públicamente disponible sobre el



Grado, a través de la página web institucional de la Universidad de Oviedo, de la Facultad y de la Unidad Técnica de Calidad, lo que facilita su consulta por cualquier parte interesada y la rendición de cuentas a la sociedad en su conjunto.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
	X			

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E5.11- Actas de las reuniones de la Comisión de Calidad

<http://jovellanos.uniovi.es/organizacion/calidad>

E5.13- Informes de Seguimiento del Grado

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E5.14- Informes de Verificación y Seguimiento de la ANECA

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E5.15- Encuesta de satisfacción con los servicios prestados por la UTCal

E14.2- Enlace a PAT en web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

<http://jovellanos.uniovi.es/estudiantes/acciontutorial>

3.3. El SGIC implementado dispone de procedimientos que facilitan la evaluación y mejora de la calidad del proceso de enseñanza- aprendizaje.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

El procedimiento *PD-SGIC-UO-1.1.1 de garantía de calidad de los programas formativos* contempla en el marco del plan de organización docente la revisión por la CC de las guías docentes de las asignaturas siguiendo el formulario *R-SGIC-UO-06*, con el objeto de contrastar si guardan coherencia con lo establecido en la Memoria de Verificación del Grado (**E5.12**). Asimismo, este procedimiento también contempla la elaboración de un *listado de asignaturas críticas (R-SGIC-81) (E5.16)*, con bajo rendimiento académico, analizado por la Comisión de Permanencia del Consejo Social de la Universidad de Oviedo. Ésta solicita a los profesores responsables de dichas asignaturas la elaboración de un informe en el que motiven las causas y formulen propuestas, con el objeto de mejorar el rendimiento y no afectar a la viabilidad del título (**E5.17**).

En el marco del procedimiento *PD-SGIC-UO-1.2.2 de orientación al estudiante y desarrollo de la enseñanza* se lleva a cabo el análisis de la satisfacción de los estudiantes y de los profesores con los aspectos más relevantes del proceso de enseñanza-aprendizaje a través



de la Encuesta General de la Enseñanza. La CC analiza el informe en el que se recogen los resultados (E5.7) y se emplaza a recabar información de los profesores responsables de asignaturas con baja valoración para conocer las causas y proponer acciones para aumentarla, tal y como se hace constar en el *R-SGIC-UO-68 Informe de seguimiento del título* (E5.13). También en el marco de este procedimiento se llevan a cabo las acciones tutoriales de acogida, seguimiento académico y culminación de estudios contempladas en el *Plan de Acción Tutorial (R-SGIC-UO-88)* (E14.2) de la Facultad. No obstante, éste comenzó su implantación en el presente curso académico, con lo que a la conclusión del mismo se podrá evaluar aspectos como la coordinación docente y el Grado de consecución del compromiso adquirido con los estudiantes en relación a la orientación recibida.

Los resultados de la calidad docente se reflejan parcialmente en el R-SGIC-UO-68 informe de seguimiento del Grado (E5.13), los cuales están públicamente disponibles en la página web de la Facultad.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
	X			

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E5.7- Informe de la Encuesta General de la Enseñanza

E5.12- Formularios de revisión de las guías docentes de las asignaturas (R-SGIC-UO-06)

E5.13- Informes de Seguimiento del Grado

<http://jovellanos.uniovi.es/facultad/calidad>

E5.16- Listado de asignaturas críticas

E5.17- Informes de profesores responsables de asignaturas críticas

E14.2- Enlace a PAT en web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

<http://jovellanos.uniovi.es/estudiantes/acciontutorial>



DIMENSIÓN 2. RECURSOS

Criterio 4. PERSONAL ACADÉMICO

Estándar:

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

4.1. El personal académico reúne el nivel de cualificación académica requerido para el título y dispone de la adecuada experiencia y calidad docente e investigadora.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

La mayoría de los docentes que imparten docencia en el Grado en Comercio y Marketing son funcionarios (69,66%) y tienen dedicación exclusiva a la Universidad de Oviedo. En concreto, los datos de la **Tabla 3** indican que, en el curso académico 2013/2014, **de un total de 89 docentes 66 poseían el título de doctor**. Además, la mayor parte tiene la categoría de Profesor Titular de Universidad (38,20%).

El **profesorado tiene una amplia experiencia docente** tal como muestra el número total de quinquenios (248 en el curso 2013/14) (**Tabla 3**). Estas cifras implican una media de quinquenios por docente de 3, lo que equivale a 15 años de experiencia docente media de los docentes del Grado.

La distribución del personal académico entre las materias refleja el **carácter interdisciplinar del Grado** ya que las asignaturas son impartidas por docentes pertenecientes a diversas áreas de conocimiento, estando, en general, sus líneas de investigación relacionadas con la materia. El Departamento con mayor carga docente en el Grado de Comercio y Marketing es el de Administración de Empresas, seguido por el Departamento de Filología Anglogermánica y Francesa y el Departamento de Contabilidad (**Tabla 1**).

En cuanto a la **calidad investigadora**, la Tabla 3 recoge el número de sexenios que suman todos los docentes. En el curso 2013/2014, se contabilizaron 45 sexenios entre todos los docentes (**Tabla 3**). El número de sexenios entre los funcionarios de carrera, resulta una media de 0,72 para cada uno de ellos. Estos datos, junto con la información sobre el porcentaje de docentes doctores (74,15%), avalan que la experiencia investigadora es apropiada.

Con respecto a los **Trabajos Fin de Grado (TFG)**, el tema-tutor se asigna entre los departamentos en función del peso de su oferta formativa (créditos ECTS) en el Grado (**E28.1**). Los departamentos implicados remiten al Centro una relación de temas y tutores suficiente para cubrir el número asignado de Trabajos Fin de Grado (**E28.2**).

En el caso de las **Prácticas Externas**, siguiendo el Reglamento de Prácticas Externas de la Universidad de Oviedo (BOPA de 31 de octubre de 2014), el estudiante cuenta con la orientación, seguimiento y apoyo de dos tutores (**E29.1**):



- a) Un tutor académico, asignado por la Universidad entre el profesorado adscrito a los departamentos con carga docente en el Grado.
- b) Un tutor por parte de la empresa, entidad u organismo.

En el curso 2013/14, primer año en que se ofrecen las Prácticas Externas en el Grado, la tutorización académica ha sido desempeñada, en la mayoría de los casos, por el profesorado vinculado a este Grado (**E29.2**).

Por último, desde la implantación del Grado en el curso 2010/11, no se han producido cambios relevantes en la estructura del personal académico, salvo por el hecho de que **la plantilla de docentes se ha ido ampliando a medida que se iban ofreciendo cursos superiores**. En el curso 2012/2013, el Grado tenía implantado de primero a tercero y en el curso 2013/2014 se finalizó el proceso poniendo en marcha el cuarto curso.

En conclusión, **los datos proporcionados permiten afirmar que el personal académico que imparte docencia en el Grado en Comercio y Marketing cuenta con la experiencia y calidad docente e investigadora apropiadas para la impartición del mismo**.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
X				

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

Tabla 1. Asignaturas del plan de estudios y su profesorado

Tabla 3. Datos globales del profesorado que ha impartido docencia en el título

E28.1- Guía docente del Trabajo Fin de Grado

<http://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/tfg>

E28.2- Listado de TFG por Departamentos

E29.1- Reglamento de Prácticas Externas

<http://jovellanos.uniovi.es/estudiantes/practicas>

E29.2- Listado de docentes asignados a prácticas externas

4.2. El personal académico es suficiente y dispone de la dedicación adecuada para el desarrollo de sus funciones y atender a los estudiantes.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

Desde el comienzo de la implantación del Grado en el curso 2010/11 **se ha ido incrementando la plantilla de docentes que imparten clase en el Grado en Comercio y Marketing**, no siendo necesaria la contratación de nuevo personal. El personal docente permanente es superior al personal docente no permanente (**Tabla 3**).



En el curso 2013/14, un total de 89 docentes impartieron docencia en los cuatro cursos del Grado, aunque muchos de ellos también tienen docencia simultáneamente en otros Grados y Másteres ofrecidos por la Universidad de Oviedo (**Tabla 1**).

El ratio número de estudiantes/docente en los cuatro cursos oscila entre el 3,6 y 6,6 (**Tabla 4**). No obstante, estas cifras deben ser interpretadas con cautela dado que doce asignaturas que se imparten en diferentes cursos en el Grado en Comercio y Marketing son comunes a uno o más de los Grados que se imparten en la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos (Gestión y Administración Pública, Trabajo Social y Turismo).

Por otro lado, a pesar de que el Grado ha comenzado a implantarse de forma progresiva en 2010/11, el 30% de los docentes han impartido docencia a lo largo de los cuatro años de impartición del Grado. Por tanto, **una parte relevante del profesorado es estable en el tiempo** (**Tabla 1**).

Por último, las encuestas anuales a estudiantes, organizadas por el Vicerrectorado de Profesorado y Ordenación Académica de la Universidad de Oviedo, revelan un **alto nivel de satisfacción con el profesorado**. En concreto, los últimos datos (curso 2013/2014) de la Encuesta General de Enseñanza ponen de manifiesto un nivel de satisfacción medio de 7,5 sobre 10 (**Tabla 4**).

En consecuencia, la evidencia disponible permite concluir que **el personal académico es suficiente para impartir una docencia de calidad**.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
X				

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

Tabla 1. Asignaturas del plan de estudios y su profesorado

Tabla 3. Datos globales del profesorado que ha impartido docencia en el título

Tabla 4. Evolución de indicadores y datos globales del título

4.3. El profesorado se actualiza de manera que pueda abordar, teniendo en cuenta las características del título, el proceso de enseñanza-aprendizaje de una manera adecuada.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

La Universidad de Oviedo tiene entre sus objetivos estratégicos promover la innovación educativa y mejorar la calidad de la enseñanza. Para conseguir estos objetivos, la Universidad convoca **Proyectos de Innovación Docente (E9.1)** y organiza las *Jornadas de Innovación en Docencia Universitaria (E9.2)*, ambas actividades con carácter anual. En relación al Grado en Comercio y Marketing, 25 docentes del Grado participaron en dichos proyectos (**E9.3**). El



interés demostrado por los docentes del Grado en la participación de estos proyectos es elevado ya que alguno participa en varios proyectos de innovación en los diferentes cursos de impartición del mismo.

Adicionalmente, el Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad de Oviedo (ICE), que es un centro de carácter multidisciplinar cuyo objetivo fundamental es formar al profesorado universitario, organiza anualmente cursos para el personal académico, que tienen un carácter voluntario. Estos cursos abarcan tanto aspectos docentes como de investigación y de empleo de herramientas informáticas (E9.4).

En relación a **la participación de los docentes del Grado en Comercio y Marketing en los cursos de formación organizados por el ICE**, de todos los profesores que tuvieron docencia en el Grado a lo largo de los diferentes cursos de impartición del mismo (2010-2014), 91 docentes realizaron al menos un curso en dicho período, e incluso se puede afirmar que la mayoría de los docentes asisten a varios cursos como puede comprobarse en el listado de los cursos (E9.5). Estos datos demuestran el gran interés mostrado por el personal docente de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos en la mejora de la calidad del proceso enseñanza-aprendizaje.

La mayoría del profesorado emplea las **tecnologías de la información en el proceso de enseñanza-aprendizaje**. De hecho, la mayor parte de las asignaturas del Grado están presentes en el Campus Virtual de la Universidad de Oviedo, que es la plataforma de teleformación de la Universidad (E9.6).

Por otra parte, la Universidad de Oviedo, a través del Campus de Excelencia Internacional, que tiene entre sus objetivos potenciar la presencia internacional de la misma, fomenta la **movilidad del personal docente e investigador** mediante la concesión de ayudas a la movilidad de excelencia (E9.7). Gracias a estas convocatorias y la de Erasmus, 23 docentes del Grado en Comercio y Marketing han realizado estancias temporales en universidades extranjeras (E9.8).

La **formación en inglés del profesorado** facilita la movilidad y permite ofrecer asignaturas en este idioma en nuestra Facultad. En concreto, en la actualidad hay un total de 15 asignaturas impartidas a lo largo del Grado que tienen un grupo en inglés (E9.9). Este dato pone de manifiesto el gran interés mostrado por el profesorado del Grado en Comercio y Marketing en ofrecer a sus estudiantes itinerarios bilingües.

Además, cabe destacar que dicho interés también se manifiesta a través de la asistencia a cursos de inglés por parte del personal docente (E9.10). La asistencia a dichos cursos permite que el profesorado se acredite para impartir clases en inglés, estando un total de 19 docentes del Grado en Comercio y Marketing acreditados para impartir dicha docencia en inglés (E9.11).

Desde la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos se potencia la impartición de dichos cursos y la formación de los docentes ya que se realizan cursos para la



impartición de la docencia en inglés y para que los docentes se puedan acreditar para impartir dicha docencia (**E9.12**).

Por último, la formación pedagógica del personal académico también se ve reflejada en su **categoría profesional** y en su **experiencia docente**, mientras que la actividad investigadora puede constatarse a través de los sexenios obtenidos. Además de la información al respecto comentada en la directriz 4.1, merece la pena destacar que la experiencia docente ha ido aumentando paulatinamente desde la implantación del Grado (desde 68 quinquenios en 2010/2011 a 248 en 2013/14) y el número de sexenios también se ha ido elevando (de 18 sexenios en 2010/2011 a 45 en 2013/14) (**Tabla 3**).

En conclusión, **el personal académico está implicado en actividades de mejora de la calidad docente y de investigación**.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
X				

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

Tabla 3. Datos globales del profesorado que ha impartido docencia en el título

E9.1- Información sobre convocatorias de Proyectos de Innovación Docente

<http://www.innova.uniovi.es/c1nn/comite>

E9.2- Información sobre las Jornadas de Innovación en Docencia Universitaria

<http://jornadasinnova.uniovi.es/>

E9.3- Informe Proyectos de Innovación Docente del Profesorado

E9.4- Información sobre el ICE

<http://www.uniovi.net/zope/institutos/ICE/info/>

E9.5- Informe Cursos de Formación del Profesorado (ICE)

E9.6- Asignaturas disponibles en el Campus Virtual

E9.7- Información sobre convocatorias del CEI

<http://cei.uniovi.es/cei/convocatoriascei>

E9.8- Informe Movilidad del Profesorado (CEI, ERASMUS)

E9.9- Listado de asignaturas en ingles

<http://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/horarios>

E9.10- Listado de docentes que asisten a cursos en inglés

E9.11- Listado de docentes acreditados en inglés



E9.12- Listado de cursos de inglés impartidos en la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

4.4. (En su caso) La universidad ha hecho efectivos los compromisos incluidos en la memoria de verificación y las recomendaciones definidas en los informes de verificación, autorización, en su caso, y seguimiento del título relativos a la contratación y mejora de la cualificación docente e investigadora del profesorado.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

--

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
				X

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

--



Criterio 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Estándar:

El personal de apoyo, los recursos materiales y los servicios puestos a disposición del desarrollo del título son los adecuados en función de la naturaleza, modalidad del título, número de estudiantes matriculados y competencias a adquirir por los mismos.

5.1. El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es suficiente y soporta adecuadamente la actividad docente del personal académico vinculado al título.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

La Unidad Administrativa de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales "Jovellanos", se integra organizativamente en el Servicio de Administración del Campus de Gijón, del que recibe apoyo administrativo y económico (E11.1), no obstante el importante número de alumnos 1467 (E11.2) así como la distancia al centro del Campus, han hecho aconsejable una cierta descentralización para favorecer la celeridad y eficacia en los procesos, tanto de gestión de alumnos como ordenación académica.

La dotación de personal aparece reflejada en la **Relación de Puestos de Trabajo de personal funcionario de la Universidad de Oviedo (E11.3) y la del personal laboral (E11.4)**, En la actualidad y ajustándonos a la plantilla funcional. la Facultad cuenta con los siguiente efectivos:

UNIDAD ADMINISTRATIVA

- Jefe de Unidad, nivel 22
- Puesto Base, nivel 18
- Puesto Base, nivel 16
- Puesto base, nivel 18 en atribución temporal de funciones
- Técnico Especialista en Ofimática, grupo III,
- Técnico Especialista en Ofimática, grupo III, con destino en el Decanato

CONSERJERÍA

- 4 subalternos y un coordinador de servicios

BIBLIOTECA

- Ayudante de Biblioteca, nivel 24
- Ayudante de Biblioteca, grupo III
- Técnico Especialista en Biblioteca, grupo III
- Técnico Especialista en Biblioteca, grupo III



PERSONAL DEL CAMPUS IMPLICADO EN LA TITULACIÓN

- Jefe de Servicio, nivel 26

OFICINA DE RELACIONES INTERNACIONALES

- Jefe de Sección de Asuntos Generales, nivel 22
- Puesto Base, nivel 16

UNIDAD DE REGISTRO

- Jefe de Unidad, nivel 22
- Puesto Base, nivel 18

SECCIÓN ECONÓMICA

- Jefe de Sección, nivel 22
- Jefe de Unidad, nivel 18

Cuenta además con el apoyo de un técnico en Informática, operador, personal laboral del grupo III, con sede en el Aulario Norte del Campus y cinco becarios de colaboración en servicios informáticos (E11.5), con destino en la Facultad y bajo la dependencia orgánica de la Jefatura de Servicio (E11.6)

Los distintos servicios proporcionados por la estructura de Campus, inciden, especialmente, en el apoyo logístico, proceso de selección de alumnos bilingües, recepción de alumnos Erasmus en la Oficina de Relaciones Internacionales y los procesos relacionados con gestión económica y suministros y cualesquiera otros necesarios para garantizar el buen funcionamiento del Servicio. La Jefe de servicio actúa como secretaria de la Comisión de Calidad del Centro y ejerce la jefatura del personal.

El personal se somete, anualmente, a la evaluación de la **carrera profesional** centrada en el cumplimiento de objetivos, individuales y colectivos fijados por la Jefatura de Servicio del Campus, siendo necesario obtener valoración positiva anual para seguir percibiendo el incentivo económico (E11.7 y E11.8). Todo el personal ha obtenido valoraciones positivas.

En cuanto a las acciones formativas (E11.9) el PAS adscrito a la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales "Jovellanos", al igual que el resto de personal del Campus, concurre a diversos procesos de formación en régimen anual, pudiendo distinguir los siguientes:

- **Formación Continua para el PAS.** Para 2014, las acciones formativas comprendieron materias como el presupuesto de la Universidad de Oviedo, Introducción a la elaboración de contenidos digitales, Servicios científicos y colaborativos en la nube, Responsabilidad Patrimonial, Civil y Penal en la Función Pública, Políticas de Igualdad de Género en las Administraciones Públicas, El



Procedimiento Administrativo y Recurso Contenciosa-Administrativo, y otros.

- **Formación Obligatoria.** Para la participación en los cursos, el Servicio de Extensión Universitaria- Sección de Formación y Acción Social- solicitará a los responsables de los distintos Servicios, Campus y Centros de la universidad el nombre de las personas que deberán asistir, teniendo el carácter obligatorio para el personal designado y muy especialmente para quien no ha recibido idéntica formación en los años anteriores. La temática comprende desde Nuevas Tecnologías hasta acreditación de manejo de desfibriladores.
- **Acciones Formativas del grupo G9,** con el objetivo de compartir a través del CVC-G9 una oferta formativa común que complemente los planes de formación del PAS de las diferentes universidades del G9 (**E11.10**).

El 68% del personal implicado en la titulación ha participado en los cursos de formación ofertados (**E11.11**).

La asignatura **Prácticas externas** es una asignatura obligatoria de 12 créditos ECTS, que se imparte en 4º curso de los Grados en Comercio y Márketing y Grado en Turismo. La realización de las prácticas se rige por el Reglamento de Prácticas Externas de la Universidad de Oviedo (**E29.1**).

Las prácticas en empresas se gestionan en la aplicación SIES de la Universidad de Oviedo (**E11.12**) que se ha puesto en marcha a principios del año 2015 sustituyendo al anterior programa de gestión de prácticas. En la Administración de la Facultad, el responsable de la Gestión es el puesto base, nivel 18, que además de pertenecer a la Escala de Administrativos de la Universidad de Oviedo, posee la titulación de Diplomado en Gestión y Administración Pública. En sus funciones cuenta con el apoyo de la Jefe de Unidad, (Diplomada en Graduado Social) y de un alumno en prácticas del Grado en Gestión y Administración Pública, siempre siguiendo las directrices de la Vicedecana de Prácticas y Trabajos Fin de Grado.

En relación con los servicios de apoyo y orientación profesional, la Universidad de Oviedo cuenta con orientadores laborales, que dependientes del Vicerrectorado de Estudiantes, disponen de puntos de información en los diferentes Campus y Centros. Asesoran sobre estrategias a seguir para la elaboración de un currículum, cómo preparar una entrevista, las competencias profesionales de cada candidato o las fuentes donde buscar ofertas de trabajo. El orientador laboral de la Facultad se ubica en el despacho 102 (**E11.13** y **E14.3**).

En cuanto a la **movilidad de estudiantes**, se contemplan las movilidades ERASMUS, y la movilidad SICUE y la Convenios, la persona encargada en la unidad administrativa del Centro ocupa el puesto de Técnico de Ofimática Grupo III.

Como apoyo se encuentra la Oficina de Relaciones Internacionales del Campus, dotada con dos efectivos. La Jefe de Sección de Asuntos Generales, funcionario nivel 22 (Diplomada en Relaciones Laborales, nivel B1 de inglés por la Escuela Oficial de Idiomas) y Puesto Base



nivel 16 (Licenciada en Filología Inglesa). En esta sección del Campus de Gijón se registra de entrada a todos los alumnos Erasmus y de convenios, proporcionándoles asesoramiento y ayuda en cuanto a información académica, turística, sanitaria y de alojamiento, así como la tramitación de la tarjeta de residencia y trámites para solicitar la tarjeta ciudadana. En su caso, ayuda en los trámites de matriculación (selección de asignaturas y grupos, y por último matrícula y asignación del grupo elegido para que puedan acceder al campus virtual y al correo a través de su usuario universitario). Se informa también de todo lo relacionado con los cursos de español para extranjeros, además se les registra y matricula de dicho curso, entregándoles al finalizar el diploma acreditativo. Por último se expiden certificados académicos y justificativos de matrícula, así como certificados de inicio y fin de estancia.

En cuanto al plan de incorporación de personal de apoyo, ésta se rige por normas estatales y autonómicas y debe garantizar el acceso a la función pública de conformidad con los principios de igualdad, mérito y capacidad. Sin embargo, la pertenencia a una estructura de Campus permite, llegado el caso, una redistribución de efectivos en el supuesto de existir necesidades puntuales.

Por todo lo expuesto, **consideramos que el personal de apoyo que participa en las actividades formativas es suficiente y soporta adecuadamente la actividad docente del personal académico vinculado a este Grado.**

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
	X			

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E11.1- Circular de 10 de marzo de 2014 sobre gastos asumidos por las administraciones de Campus

E11.2- Estadísticas de matrícula

E11.3- BOPA 22 de abril de 2013. Relación de Puestos de Trabajo de personal funcionario de la Universidad de Oviedo

E11.4- BOPA 17 de diciembre de 2012. Relación de Puestos de Trabajo de personal laboral de la Universidad de Oviedo

E11.5- Resolución 24 de junio de 2014. BOPA 2 de julio de 2014, por la que se aprueba el procedimiento y la convocatoria de 80 becas-colaboración para los Servicios Informáticos, curso académico 2014/15

E11.6- Relación de becarios con destino en Gijón

E11.7- Reglamento de Carrera Horizontal. Acuerdo de 16 de noviembre de 2011 del



Consejo de Gobierno de la Universidad por el que se articula la carrera horizontal del personal de administración y servicios.

E11.8- Objetivos año 2015

E11.9- Página de Gerencia Formación

<https://intranet.uniovi.es/recursoshumanos/formacion>

E11.10- Enlace G9

www.uni-g9.net

E11.11- Relación de cursos realizados por el PAS, 2010/14.

E11.12- Gestión prácticas SIES

<http://sies.uniovi.es/pex-jnlp/pex.jnlp>

E11.13- Enlace Orientación Laboral

<http://www.uniovi.es/recursos/laboral>

E14.3- Dirección de correo de la orientadora laboral

orientacionlaboral1@uniovi.es

E29.1- Reglamento de Prácticas Externas

<http://jovellanos.uniovi.es/estudiantes/practicas>

5.2. Los recursos materiales (las aulas y su equipamiento, espacios de trabajo y estudio, laboratorios, talleres y espacios experimentales, bibliotecas, etc.) se adecuan al número de estudiantes y a las actividades formativas programadas en el título.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

En enero del año 2007, la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales "Jovellanos" se trasladó al edificio de la Universidad Laboral, disponiendo de amplias infraestructuras y equipamientos bien dotados, totalmente adecuados a los objetivos formativos de los títulos de Grado que se imparten en el Centro.

Todas las instalaciones cumplen los requisitos de accesibilidad universal para las personas con discapacidad.

El Centro dispone de un total de 38 **aulas, para clases expositivas y prácticas**, distribuidas en cuatro plantas y de distintos tamaños. Con una capacidad total de 1.897 puestos, ofreciendo una óptima adecuación a las exigencias docentes del Espacio Europeo de Educación Superior.

De estas 38 aulas, 18 corresponden a un tamaño pequeño con una capacidad entre 15 y 40 alumnos, 11 a un tamaño mediano, entre 41 y 70 alumnos y 9 serían más amplias con capacidad para más de 70 alumnos.



Todas las aulas están equipadas con ordenador, con conexión a Internet y proyector. Las de mayor tamaño disponen también de megafonía. Por otra parte, las aulas pequeñas, las de menos de 40 alumnos, tienen mobiliario móvil, con mesas y sillas individuales, permitiendo una mayor versatilidad docente.

El Centro cuenta con 6 **aulas de informática**, destinadas exclusivamente a la docencia y dotadas cada una con 24 equipos, con equipamiento multimedia y conexión a Internet a través de un servidor de aplicaciones.

En el entresuelo del edificio se ubican 2 **aulas de informática de libre acceso** para los alumnos con 28 puestos cada una.

Igualmente se dispone de 3 **seminarios**, dotados con ordenador, conexión a Internet y proyector, cada uno de ellos con capacidad para 15 alumnos y destinados a actividades docentes con pequeños grupos.

Existen **espacios abiertos** distribuidos en la planta baja, primera y segunda, con amplias mesas y sillas, y con conexión a la red WIFI corporativa de la Universidad de Oviedo.

En la planta baja se ha habilitado el **comedor de alumnos**, con 4 microondas, 2 fregaderos y máquinas expendedoras de agua y café.

La **Biblioteca del Centro** está situada en la segunda planta del edificio, con 2.000 metros cuadrados y 1829 metros lineales de estanterías de libre acceso. Dispone de 290 puestos de lectura, dos salas de trabajo en grupo con capacidad para 10 y 20 personas respectivamente, sala de informática con 27 puestos. El fondo bibliográfico registrado es de más de 35.000 títulos, de los cuales 770 corresponden a ejemplares impresos antes del año 1.900. Ofrece además el acceso a un gran número de revistas electrónicas, bases de datos, etc... a través de la página web de la Universidad de Oviedo (**E12.1**).

A disposición de los alumnos se encuentra también la **Biblioteca de Tecnología y Empresa**, situada en el Aulario Norte del Campus. La Biblioteca dispone de 561 puestos de lectura distribuidos en cuatro salas (**E12.2**).

En cuanto a la dotación de recursos, el Centro ha realizado desde el año 2010 al 2014 un gasto de inversión de 51.179,82 €, incluyendo tanto insonorizaciones de aulas como gastos de dotación informática (**E12.13**), estando previsto en el 2015 que los gastos en inversiones reales importen un total de 12.000 € (**E12.4**).

Teniendo en cuenta lo expuesto, **consideramos que los recursos materiales se adecúan al número de estudiantes y a las actividades formativas programadas en el título.**

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
X				



LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E12.1- Libro de registro de biblioteca, disponible en:

<http://buo.uniovi.es>

E12.2- Enlace Biblioteca Universidad de Oviedo

<http://buo.uniovi.es>

E12.3- Gastos de inversión 2010-14

E12.4- Resolución de 3 de febrero de 2015, del Rector de la Universidad de Oviedo por la que se ordena la publicación en el BOPA, del presupuesto de la Universidad de Oviedo para el ejercicio 2015, BOPA de 9 de febrero de 2015

5.3. En el caso de los títulos impartidos con modalidad a distancia/semipresencial, las infraestructuras tecnológicas y materiales didácticos asociados a ellas permiten el desarrollo de las actividades formativas y adquirir las competencias del título.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

--

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
				X

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

--

5.4. Los servicios de apoyo y orientación académica, profesional y para la movilidad puestos a disposición de los estudiantes una vez matriculados se ajustan a las competencias y modalidad del título y facilitan el proceso enseñanza aprendizaje.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

La **Guía de Acceso al Grado** para los nuevos estudiantes es un documento creado a partir de la necesidad de hacer accesible con facilidad la información básica para el estudiante que se matricula e inicia sus estudios del Grado. La guía se actualiza cada curso antes de la apertura del período de matrícula y está accesible en la web de la Facultad (**E14.1**). Incluye los correspondientes enlaces a la web general de la Universidad de Oviedo y a la web de la Facultad, de modo que se garantice siempre el acceso a la información actualizada en las fuentes oficiales sobre los siguientes aspectos: el plan de estudios de la titulación; información sobre acceso y procedimiento de matrícula, plazos, etc.; sobre adaptaciones y reconocimientos de estudios previamente realizados; modalidades de los estudios (régimen a



tiempo parcial o completo, procedimiento de cambio de régimen); organización docente y estructuración de los grupos (Teoría, Práctica de Aula, Práctica de Laboratorio, Tutoría Grupal), estructura de horarios, procedimiento para la solicitud de cambio de grupo, convocatorias, evaluación diferenciada.

La Facultad dispone de un **Plan de Acción Tutorial** (aprobado por el Vicerrector de Estudiantes con fecha 13 de junio de 2014) y cuya aplicación se ha iniciado en el curso 2014-2015 (**E14.2**). En el PAT se articulan diferentes acciones y recursos de apoyo a los estudiantes. Tiene como objetivos: facilitar la adaptación del estudiante al contexto universitario; aportarle asesoramiento en cada etapa de formación; promover la formación integral y la participación; mejorar el rendimiento académico y prevenir el abandono de los estudios; y favorecer la inserción laboral. Para ello se desarrolla en tres etapas que incluyen diversas fases y acciones. El PAT se desarrolla mediante la tutoría personalizada y las tutorías de titulación por parte del profesor Coordinador de Grado. Este tipo de acción tutorial va dirigida al conjunto de los estudiantes de la titulación y para ello se han habilitado herramientas específicas creadas en el campus virtual (**E14.4**). Además, mediante una herramienta similar se ha habilitado un espacio de orientación disponible para los estudiantes de nuevo ingreso, cuya responsabilidad asume el Vicedecano con competencia en materia de Estudiantes.

En el marco del PAT, el Profesor Coordinador del Grado asume junto al Equipo Decanal la misión de velar en cada titulación de Grado por la coherencia y calidad de las actividades formativas y el logro de sus objetivos (**E23.1** y **E23.2**). Coordina a los profesores tutores del alumnado del Grado y dispone de un canal de comunicación directa con el alumnado de la misma a través de una herramienta específica en el campus virtual (curso "Plan de Acción Tutorial").

Las **Jornadas de Acogida** están destinadas a los nuevos estudiantes al inicio de cada curso académico y en ellas se informa a los estudiantes de nuevo ingreso sobre aspectos generales de la Universidad, los servicios corporativos ofrecidos, los principales elementos a tener en cuenta en los estudios de Grado y los diferentes servicios disponibles en la Facultad.

Apoyo a la representación estudiantil: los estudiantes que ostentan la representación del colectivo en los órganos en que así lo prevé la normativa universitaria disponen de los medios adecuados y el equipo directivo de la Facultad apoya -en la medida que los medios lo permiten- las iniciativas formativas, culturales y sociales propuestas y organizadas por los propios estudiantes (conferencias, foros, jornadas,...). Además, anualmente se procede a la elección de delegados de curso y grupo por los propios estudiantes; estos delegados ejercen como interlocutores con el equipo decanal y el profesorado (**E23.3**).

Servicios de apoyo y orientación profesional. Con el objetivo de ofrecer orientación profesional específica para la inserción laboral y fomentar la cultura emprendedora, se realizan



las acciones siguientes:

Servicio de orientación laboral: la Facultad dispone del servicio gratuito de orientación laboral ofrecido por la Universidad de Oviedo a través del Vicerrectorado de Estudiantes, con disponibilidad en la Facultad de 3,5 horas a la semana a cargo de personal especializado, cuyo horario y contacto es accesible en la web (**E11.13**) y dispone de un despacho en la Facultad así como de una dirección de correo mediante la que se puede solicitar cita (**E14.3**).

Jornadas de orientación laboral y técnicas de búsqueda de empleo, con el apoyo del Vicerrectorado de Estudiantes, se organizan actividades y conferencias sobre la inserción laboral destinadas al alumnado del Grado, para lo que se cuenta con la colaboración de instituciones, empresas y servicios de la propia Universidad (**E14.5**).

Asimismo, para facilitar la **aproximación de los estudiantes con la red profesional correspondiente**, se establecen contactos y espacios de interacción con colegios oficiales profesionales, asociaciones profesionales y otras entidades representativas de los sectores profesionales relacionados con la titulación, a través por ejemplo de la organización de conferencias, jornadas o mesas redondas. A las actividades que organiza la Facultad habría que añadir las incluidas en el Foro de Empleo que todos los años se celebra en la Universidad de Oviedo (**E14.6**).

Para fomentar la **cultura emprendedora**, la Facultad ofrece de modo transversal, es decir abierta a los alumnos de los diversos Grados, formación sobre emprendimiento mediante la asignatura optativa "Creación de empresas". Asimismo, participa desde hace 16 años en el desarrollo de **Jornadas de Proyectos Empresariales Universitarios** en colaboración con el Ayuntamiento de Gijón, en el marco del Programa "Fomento de la Cultura Emprendedora en el Ámbito Universitario". Esta actividad establece un marco de encuentro entre la Universidad, los empresarios y los agentes inversores interesados en conocer y potenciar su oferta tecnológica y las iniciativas de desarrollo que surgen de la institución universitaria (**E14.7**).

Adicionalmente, la Facultad se ha sumado a la iniciativa de Fluor y Compromiso Asturias XXI para desarrollar un **Programa de Mentoring Profesional**, seleccionando algunos estudiantes recién titulados como candidatos a participar en dicho programa de orientación para el inicio de la carrera profesional (**E14.8**).

La **movilidad de los estudiantes**, decididamente impulsada por la Facultad y cuya gestión es compartida con la Oficina de Relaciones Internacionales del Campus, cuenta con una relevante participación de estudiantes del Grado en Comercio y Marketing.

Respecto al programa de movilidad Erasmus+ el curso 2013-2014 (movilidades a efectuar durante el curso 2014/2015) se ofertaron 113 plazas en 38 instituciones académicas de 15 países diferentes (Bélgica, Alemania, Francia, Hungría, Italia, Irlanda, Lituania, Letonia, Holanda, Polonia, Finlandia, Eslovenia, Eslovaquia, Turquía y Reino Unido) (**E14.9**) y se desarrolló una reunión informativa coordinada por el Vicerrectorado de Internacionalización y



Postgrado a nivel del Campus. Cabe destacar que 6 de estas plazas se enmarcaron dentro de la doble titulación con Budapest. Asimismo, algunos estudiantes también se han beneficiado del programa de movilidad SICUE/SENECA.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
X				

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E11.13- Enlace Orientación Laboral

<http://www.uniovi.es/recursos/laboral>

E14.1- Enlace a Guía de Acceso al Grado

<http://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/grado>

E14.2- Enlace a PAT en web de la Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos

<http://jovellanos.uniovi.es/estudiantes/acciontutorial>

E14.3- Dirección de correo de la orientadora laboral

Orientaciolaboral1@uniovi.es

E14.4- Listado cursos del PAT en el Campus Virtual

E14.5- Seminarios de búsqueda de empleo

E14.6- Enlace Foro de Empleo

<http://www.foroempleo.org/>

E14.7- Folleto Jornadas de Proyectos Empresariales

E14.8- Enlace Programa Mentoring Compromiso Asturias XXI

<http://www.compromisoasturiasxxi.es/web/index.php/becas-118/programa-de-mentoring-internacional-para-jovenes-asturianos>

E14.9- Convocatoria ERASMUS + 2013/2014

<https://intranet.uniovi.es/internacional/erasmus/erasmusestudios/erasmusgrado>

E23.1- Enlace Coordinadores de Grado

<https://jovellanos.uniovi.es/organizacion/coordinadores>

E23.2- Enlace Equipo Decanal

<https://jovellanos.uniovi.es/organizacion/directiva>



E23.3- Enlace Delegación de Alumnos

<https://jovellanos.uniovi.es/estudiantes/delegacion>

5.5. En el caso de que el título contemple la realización de prácticas externas, éstas se han planificado según lo previsto y son adecuadas para la adquisición de las competencias del título.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

La asignatura **Prácticas Externas tiene carácter obligatorio** y una carga de 12 ECTS, lo que supone 300 horas de trabajo del estudiante, de las cuales 240 son presenciales en la empresa o institución donde se realice la práctica, correspondiendo las 60 horas restantes con trabajo autónomo del alumno. La información general de la asignatura está disponible para el alumno en la Guía Docente de la misma (**E29.3**), así como en la página web de la Facultad (**E27.1**).

Se oferta en 4º curso y se enmarca en la materia 7, Complementos transversales, según se recoge en la Memoria de Verificación del Grado en Comercio y Marketing (**E20.4**). Esta asignatura está estrechamente relacionada con las demás asignaturas del Grado, ya que complementa la formación teórica y práctica recibida en el resto de asignaturas que configuran el programa formativo, facilitando la inserción laboral de los alumnos.

La realización de prácticas externas en la Universidad de Oviedo está regulada por normativa específica de la Universidad, recogida en el Reglamento de Prácticas Externas de la Universidad de Oviedo, aprobado por acuerdo del Consejo de Gobierno de la Universidad de 14 de octubre de 2014 (BOPA Nº 253, 31-X-2014) (**E29.1**), así como por lo establecido en los correspondientes Planes de Estudio.

La **planificación de las prácticas externas** se lleva a cabo de la siguiente manera:

- Se establecen dos turnos: a) octubre-enero y b) febrero-junio (**E29.4**). Antes de cada turno se abre un periodo de inscripción, en el que los alumnos han de entregar en la Administración del Centro el Documento 02 (**E29.5**). Además, deben estar registrados en la aplicación informática y mantener su CV activo (acceso a través de la intranet – servicios académicos SIES).
- Para realizar la oferta de prácticas se contacta con las empresas para disponer de un número suficiente para realizar la asignación a los alumnos que han solicitado las prácticas en cada turno. Las empresas deben tener suscrito el Convenio de Colaboración Educativa con la Universidad de Oviedo, formalizado directamente por el Vicerrectorado de Estudiantes, y estar dadas de alta en la aplicación informática de gestión de prácticas (**E29.6**), inscribiendo la oferta de dicha práctica. Actualmente existen convenios activos de prácticas con numerosas empresas/instituciones, tanto de la Comunidad Autónoma de Asturias como de Comunidades Autónomas limítrofes, lo que permite contar con un importante grupo de tutores profesionales y planificar un conjunto de actividades que



garantice el logro de las competencias que conducen a una formación profesionalizada.

- Las prácticas ofertadas se revisan para garantizar que las competencias adquiridas por los estudiantes del Grado en Comercio y Marketing son las adecuadas.
- Tras recibir las solicitudes de cada turno, el Responsable del Programa de Prácticas del Centro (Vicedecano de Prácticas y TFG) realiza la asignación alumno-empresa, así como un profesor-tutor académico a cada alumno. Para ello se tiene en cuenta lo establecido por el Reglamento de Prácticas Externas para ordenar los solicitantes.
- Antes del inicio de la práctica, se firman los proyectos formativos (que se obtienen de la plataforma informática), en los que se detalla el horario, la duración de las prácticas, fecha de inicio y finalización, así como un detalle de las tareas a realizar por el alumno.
- En el desarrollo de las prácticas, el alumno cuenta con un tutor en la empresa de acogida que supervisa las actividades diarias del estudiante y garantiza su formación práctica. Igualmente, el alumno está obligado a contactar con su tutor académico, con el que establecerá el plan de tutela y seguimiento de las prácticas.
- Al finalizar las prácticas, el alumno ha de entregar en la Administración del Centro una Memoria del trabajo desarrollado (**E1.3**), así como los documentos 05 y 06 (**E1.6** y **E1.1**).
- Para evaluar las Prácticas Externas, el tutor académico emite un informe de la actividad realizada (**E29.7**), basado en el seguimiento que ha realizado del alumno, en la memoria final presentada por el mismo y en el informe emitido por la empresa.

En el curso 2013/2014 desde el Decanato de la Facultad de Comercio, Turismo y CC. Sociales se gestionaron unas 150 prácticas, siendo curriculares más de un centenar. **Los alumnos del Grado en Comercio y Marketing que realizaron las Prácticas Externas obligatorias fueron un total de 79 (E15)**. En términos generales, la opinión que recogen los alumnos en la Memoria sobre el desarrollo de las prácticas es muy buena. Así queda reflejado igualmente en el resumen de valoraciones que realizan los alumnos sobre las empresas en las que realizaron las prácticas (**E1.2**), donde la nota media de los aspectos considerados es un 4,3 sobre 5.

Los alumnos consideran esta asignatura, por tanto, muy útil para complementar su formación teórica y, a la vez, una manera de introducirse y tener un primer contacto con el mundo laboral.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
X				

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

E1.1- Documento 06 Prácticas Externas

E1.2- Resultados prácticas externas curso académico 2013/14

E1.3- Documento 07 Prácticas Externas



E1.6- Documento 05 Prácticas Externas

E15- Listado de memorias finales de prácticas

E20.4- Memoria de Verificación del Grado en Comercio y Marketing 2014

<http://calidad.uniovi.es/garantiainterna/seguimientotitulos/jovellanos>

E27.1- Página web del Centro

<https://jovellanos.uniovi.es/>

E29.1- Reglamento de Prácticas Externas

<http://jovellanos.uniovi.es/estudiantes/practicas>

E29.3- Guía docente de la asignatura Prácticas Externas

E29.4- Documento de fechas importantes

E29.5- Documento 02 Prácticas Externas

E29.6- Aplicación informática de gestión de prácticas

<https://sies.uniovi.es/psemp/web/login.faces>

E29.7- Documento 09 Informe de Evaluación Final

5.6. (En su caso) La universidad ha hecho efectivos los compromisos incluidos en la memoria de verificación y las recomendaciones definidas en los informes de verificación, autorización, en su caso, y seguimiento del título relativos al personal de apoyo que participa en las actividades formativas, a los recursos materiales y a los servicios de apoyo del título.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

--

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
				X

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

--



DIMENSIÓN 3. RESULTADOS

Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Estándar:

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

6.1. Las actividades formativas, sus metodologías docentes y los sistemas de evaluación empleados son adecuados y se ajustan razonablemente al objetivo de la adquisición de los resultados de aprendizaje previstos.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

Los **Resultados de Aprendizaje** recogidos en la Memoria de Verificación del Título abarcan de forma progresiva e interrelacionada los diferentes aspectos del proceso formativo universitario teniendo en cuenta los objetivos y competencias descritos para el Grado (**E20.4**).

La Universidad de Oviedo ha diseñado un modelo de **Guía Docente** común para homogeneizar los contenidos y garantizar el derecho del estudiante a una información clara, detallada, sistematizada y precisa (**E2.2**). De esta manera, en todas las guías se detallan las competencias generales y específicas a desarrollar y los resultados de aprendizaje esperados. Además, atendiendo a estos elementos, las guías deben incluir las actividades formativas y metodologías docentes que se estiman más adecuadas y los sistemas de evaluación mediante los cuales valorar el aprendizaje.

Centrándonos específicamente en los **Resultados de Aprendizaje**, éstos generalmente cumplen con las características exigibles: su formulación suele ser clara y precisa; son observables y evaluables, factibles para el alumnado y relevantes para cada asignatura. En todas las guías docentes se recogen aquellos resultados de aprendizaje que están relacionados con cada asignatura, ajustándose a los descritos para la materia correspondiente. También se indican una serie de **actividades formativas básicas comunes**: clases expositivas, prácticas de aula, prácticas de laboratorio, tutorías grupales y sesiones de evaluación. El volumen de horas de cada actividad responde a la tipología de asignaturas establecida por la Universidad de Oviedo.

La información relativa a la **metodología docente** es otro aspecto clave que ha ido mejorando progresivamente a lo largo de estos cuatro años. La práctica totalidad de las guías la recoge aunque con diferentes niveles de concreción: métodos expositivos, aprendizaje basado en problemas, estudio de casos, portafolio, aprendizaje cooperativo o aprendizaje-Servicio (APyS), son una muestra de la diversidad metodológica.

En cuanto a los **sistemas de evaluación**, todas las guías recogen un apartado con su descripción. Atendiendo a la distinción entre evaluación continua y evaluación final, se intentan articular dos dimensiones evaluativas diferenciadas pero intrínsecamente vinculadas: 1) la



evaluación del proceso de aprendizaje del estudiante; 2) la evaluación de resultados. De acuerdo con la Memoria de Verificación (**E20.4**), se explicita para cada materia cuáles son los Resultados de Aprendizaje que se esperan obtener a través de la evaluación continua y cuáles con la final. El peso de cada modalidad oscila entre el 40% y el 60%. La Comisión de Calidad del Centro es especialmente insistente en sus recomendaciones a este respecto, puesto que es enormemente relevante para el alumnado conocer los criterios, dimensiones e indicadores con que se pretende medir su aprendizaje así como los mínimos exigibles para superar la asignatura. También en este caso se constata una mejora considerable (**E5.11** y **E5.14**)

Evaluar objetivamente la integración adecuada de todos estos aspectos en el proceso de enseñanza-aprendizaje no está exento de dificultades. En términos formales consideramos que las guías docentes son un instrumento útil para profesorado y alumnado y, como ya se apuntó, han sido objeto de mejora constante tras las sugerencias y recomendaciones que la Comisión de Calidad de la Facultad viene haciendo anualmente (**E5.14** y **E5.11**). Para detectar posibles discrepancias, son fundamentales los mecanismos de coordinación del título (que se analizan en la Directriz 1.3), jugando un papel muy relevante la figura de Coordinador de Grado (**E23.1**).

En la **Tabla 1** se recogen las asignaturas del plan de estudios así como los profesores que imparten docencia en el mismo. De su análisis se desprende el adecuado nivel de experiencia y conocimientos del profesorado del Grado. En la **Tabla 2** se incluyen además datos sobre los resultados de todas las asignaturas. En general, podemos afirmar que **el rendimiento es satisfactorio y está dentro de los indicadores establecidos en la Memoria de Verificación (E20.4)** y que éste mejora a medida que avanzan los cursos, puesto que en 2013/14 el 87% de los estudiantes del Grado superan las asignaturas en primera convocatoria. En cualquier caso, aparte del seguimiento anual que hace la Comisión de Calidad del Centro, el SGIC contempla la elaboración de un listado de asignaturas con bajo rendimiento (**E5.16**), que analiza la Comisión de Permanencia del Consejo Social de la Universidad de Oviedo, solicitando a los profesores responsables un informe en el que motiven las causas y formulen propuestas para mejorar el rendimiento (**E5.17**).

Respecto a la experiencia de los agentes implicados en el Título, sin duda, **las opiniones especialmente del alumnado pero también del profesorado son fundamentales y han sido muy positivas**. Para ello contamos con la información de la Encuesta General de Enseñanza (**E5.7**), cuyos resultados se analizarán en el Criterio 7. El grado de satisfacción global, tanto de alumnos como de profesores, es objeto de reflexión por la Comisión de Calidad del Centro cada año (**E5.11**). Además, desde el curso 2013/14, se cuenta con la valoración que hacen los **Egresados** sobre el título (**E18.3**), que se recoge en la Directriz 7.3 pero que hay que valorar con cautela, dado que la muestra es todavía muy reducida.

Además, la Facultad ha querido mantener una actitud proactiva y facilitar un proceso de comunicación abierto y fluido con su alumnado para detectar, analizar y subsanar, si fuera el caso, todas aquellas cuestiones que pudieran incidir en el proceso de implantación del Grado.



En este sentido, queremos destacar que en el curso 2013-14 la decana y la coordinadora de Grado convocaron una **reunión con los estudiantes de 4º curso (E1.5)**. Con esta iniciativa, se pretendía completar los resultados más parciales y exclusivamente cuantitativos que ofrece la encuesta anual de enseñanza, con una valoración de carácter más cualitativo que abarcara el conjunto de la titulación, es decir, su organización y desarrollo a lo largo de los cuatro años.

En cuanto a la **adecuación de los Trabajos Fin de Grado a las características del Título**, el tema-tutor se asigna entre los departamentos en función del peso de su oferta formativa (créditos ECTS) en el Grado (**E28.1**). Los departamentos implicados remiten al Centro una relación de temas y tutores suficiente para cubrir el número asignado de Trabajos Fin de Grado (**E28.2**).

Teniendo en cuenta todos los elementos expuestos y analizados y la complejidad que tiene valorar su interrelación y complementariedad así como las iniciativas tomadas para mejorar la formación, **consideramos que los resultados de aprendizaje que componen el Grado se alcanzan razonablemente bien y que están articulados de forma coherente con las actividades formativas, metodologías docentes y métodos evaluativos.**

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
	X			

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

Tabla 1. Asignaturas del plan de estudios y su profesorado

Tabla 2. Resultados de las asignaturas que conforman el plan de estudios

E1.5 - Acta Comisión Calidad 09.06.2014

E2.2- Enlace Guías docentes

<http://sies.uniovi.es/ofe-pod-jsf/web/oferta/index.faces>

E5.7- Informe de la Encuesta General de la Enseñanza

E5.11- Actas de las reuniones de la Comisión de Calidad

<http://jovellanos.uniovi.es/organizacion/calidad>

E5.14- Informes de Verificación y Seguimiento de la ANECA

<http://jovellanos.uniovi.es/organizacion/calidad>

E5.16- Listado de asignaturas críticas

E5.17- Informes de profesores responsables de asignaturas críticas

E18.3- Informe de Egresados



E20.4- Memoria de Verificación del Grado en Comercio y Marketing 2014

<http://calidad.uniovi.es/garantiainterna/seguimientotitulos/jovellanos>

E23.1- Enlace Coordinadores de Grado

<https://jovellanos.uniovi.es/organizacion/coordinadores>

E28.1- Guía docente del Trabajo Fin de Grado

<http://jovellanos.uniovi.es/infoacademica/tfg>

E28.2- Listado de TFG por Departamentos

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

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

El Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES) queda establecido por el Real Decreto 1027/2011 con un doble objetivo. Por una parte, informar a la sociedad y en particular a los estudiantes sobre cuáles son las exigencias de aprendizaje de cada nivel y, por otra, suministrar información a los empleadores sobre cuáles son las correspondientes competencias de quienes va a ser empleados. Los Grados se incluyen en el nivel 2 describiendo los resultados de aprendizaje exigibles al alumnado de cara al futuro ejercicio profesional.

En términos generales, podemos afirmar que **los resultados de aprendizaje del Grado en Comercio y Marketing están orientados a conseguir los objetivos descritos en las respectivas memorias y que son coherentes con los descriptores del MECES (Tabla1)**. En este sentido, la estructura del Grado permite una adquisición progresiva de los resultados ajustando la dificultad de los conocimientos y destrezas así como los niveles de exigencia al momento del proceso formativo en que se encuentra el estudiante. Se pretende, por tanto, facilitar una formación integral del alumnado. Podemos identificar y agrupar los Resultados de Aprendizaje globales recogidos en tres grandes bloques: a) Resultados instrumentales relacionados con capacidades y habilidades cognitivas diversas y su aplicación a situaciones concretas; b) Resultados relacionales (capacidad para trabajar en equipo, tomar decisiones, gestionar conflictos, hablar en público, etc.); y c) Resultados sistémicos, es decir, los relacionados con la comprensión y la habilidad para manejarse en entornos complejos, planificar el trabajo, establecer prioridades, ajustar la propia formación, entre otras. Consideramos, a este respecto, que **la especificidad de los objetivos, competencias y resultados de aprendizaje, que se recogen en la Memoria de Verificación, es coherente y permite la comparación y la movilidad** de los estudiantes en el Espacio Europeo de Educación Superior (E20.4).

El **nivel de inserción de los egresados** constituye un elemento directamente relacionado con la existencia de un adecuado ajuste entre el perfil de egreso y la formación recibida. Desde el



curso 2014/15, en el que ya se cuenta con una primera promoción de egresados del Grado, la Universidad de Oviedo pone en marcha un Proceso de Orientación Profesional y Seguimiento de Egresado (E18.1), que utiliza como evidencias documentos e informes sobre la inserción laboral de los egresados del Título. **La información disponible hasta el momento de este colectivo es muy limitada en cuanto a su representatividad y ha de ser mejorada a futuro dada la relevancia que tiene para reflexionar sobre la calidad de las titulaciones (E18.3).**

Hasta que tengamos un volumen de respuestas que nos permita extraer conclusiones rigurosas, para aproximar la valoración del ajuste del perfil de egreso, hemos optado por utilizar los resultados relativos a las **Prácticas Externas obligatorias**, que se imparten en último curso. No debemos olvidar que éstas representan un momento del proceso formativo de gran interés puesto que, junto a los nuevos aprendizajes el alumnado debe demostrar su capacidad para aplicar los ya adquiridos (E15). Por tanto, la valoración de los profesionales, que ejercen de tutores en la empresa, es clave para identificar tanto los aspectos positivos como las mejoras necesarias en la formación recibida.

En el **informe de evaluación que emiten los tutores en los centros de prácticas (E1.1)** para valorar al alumnado del Grado en Comercio y Marketing, se recogen una serie de aspectos para medir sus competencias, habilidades y actitudes que responden de forma coherente a las exigencias de cada titulación y a los resultados de aprendizaje recogidos en el MECES. Estos elementos están orientados, por tanto, a lograr un buen desempeño profesional en entornos complejos que exigen no sólo una buena capacidad técnica sino también el compromiso y la disposición a adquirir nuevos aprendizajes para responder a los cambios y gestionar riesgos e incertidumbres.

Las valoraciones emitidas por los profesionales durante el curso 2013/14 -que supone el 50% de la nota del estudiante- muestran un elevado grado de satisfacción (8,91) con la labor y conocimientos del alumnado (E1.2), por lo que **podríamos considerar que los resultados de aprendizaje alcanzado se ajustan a los objetivos del programa formativo y a su nivel MECES.**

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
	X			

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

Tabla 1. Asignaturas del plan de estudios y su profesorado

E1.1- Documento 06 Prácticas Externas



E1.2- Resultados prácticas externas curso académico 2013/14

E15- Listado de memorias finales de prácticas

E18.1- Proceso de Orientación Profesional y Seguimiento de Egresado (PR-SCIG-UO-04)

<http://calidad.uniovi.es/garantiainterna/documentacion>

E18.3- Informe de Egresados

E20.4- Memoria de Verificación del Grado en Comercio y Marketing 2014

<http://calidad.uniovi.es/garantiainterna/seguimientotitulos/jovellanos>



Criterio 7. INDICADORES DE SATISFACCIÓN Y RENDIMIENTO

Estándar:

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

7.1. La evolución de los principales datos e indicadores del título (número de estudiantes de nuevo ingreso por curso académico, tasa de graduación, tasa de abandono, tasa de eficiencia, tasa de rendimiento y tasa de éxito) es adecuada, de acuerdo con su ámbito temático y entorno en el que se inserta el título y es coherente con las características de los estudiantes de nuevo ingreso.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

Las definiciones de los indicadores recogidos en el R.D. 861/2010 de 2 de julio y en los programas de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) y teniendo en cuenta las recomendaciones de la Rede Española de Agencias de Calidad Universitaria (REACU), son las siguientes:

- Tasa de Graduación: relación porcentual entre los estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso que superan, en el tiempo previsto más un año, los créditos conducentes al título y el total de los estudiantes de dicha cohorte.
- Tasa de Rendimiento: relación porcentual entre el número total de créditos superados y el número total de créditos matriculados por la totalidad de los estudiantes, excluidos aquellos que provienen de otra universidad o institución de educación superior con un programa de movilidad.
- Tasa de Abandono: relación porcentual entre los estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso en el título en el curso académico X, que no se han matriculado en dicho título en los cursos X+1 y X+2, y el número total de estudiantes de dicha cohorte de nuevo ingreso. De acuerdo a esta definición, el resultado en 2013/14 corresponde a la cohorte de entrada en el curso académico 2011/12.
- Tasa de Eficiencia: relación porcentual entre el número total de créditos en los que debieron haberse matriculado los estudiantes de una cohorte de egreso para superar el título y el total de créditos en los que efectivamente se han matriculado. Se excluye a los estudiantes que en su día accedieron al título con créditos reconocidos.

Con respecto a la **Tasa de Graduación**, si bien no tiene sentido su cálculo por el momento, debido a la propia definición del indicador, de los 117 estudiantes de la cohorte de nuevo ingreso en el curso académico 2010/11, 32 han superado los créditos conducentes al título en el tiempo previsto en el plan de estudios, por lo que la Tasa de Graduación provisional de la cohorte de nuevo ingreso en el título en 2010/11 es del 27,4% (**E5.6**), superando holgadamente la prevista en la Memoria de Verificación del título. El valor definitivo no se podrá obtener hasta conocer los titulados en el curso académico 2014/15, pero en todo caso



será igual o superior a la mencionada.

El número de estudiantes de nuevo ingreso (definido como estudiantes que acceden al título por primera vez sin ningún crédito reconocido) por curso académico en el Grado en Comercio y Marketing fue de 117 en el curso 2010/11, de 131 en el 2011/12, de 152 en el 2012/13 y de 150 en el 2013/14. Ante la creciente demanda experimentada por el Título (**Tabla 4**), la memoria de verificación actualizada y aprobada por la ANECA en 2014 incrementó a 200 el número de plazas ofertadas (**E20.4**).

Las **Tasas de Rendimiento** han experimentado un incremento constante desde el curso 2010/11. En dicho curso la tasa de rendimiento se situaba en el 58,8%, subiendo al 62,5% en el 2011/12, al 69,7% en el 2012/13 y alcanzando el 72,2% en el curso 2013/14 (**Tabla 4**). Estas tasas se sitúan sólo ligeramente por debajo de las tasas medias correspondientes a las Ciencias Sociales y Jurídicas de la Universidad de Oviedo, siendo el acercamiento hacia las mismas constante desde el curso 2010/11 hasta el curso 2013/14, momento en el que se sitúan prácticamente en los mismos niveles (**E5.6**). El Estudio de Rendimiento Académico del Grado también pone de manifiesto que los alumnos con un régimen de dedicación completa presentan tasas de rendimiento más altas que los alumnos con régimen de dedicación parcial.

La **Tasa de Abandono** se situó en el 22,2% en el curso 2012/13 y subió hasta el 28,2% en el 2013/14 (**Tabla 4**), no cumpliéndose el objetivo de la Memoria de Verificación. En este punto cabe señalar que la tasa de abandono se ha visto afectada negativamente por la aplicación de la normativa de permanencia, dado que la norma se aplicó a finales del curso 2012/13 a un total de 60 alumnos que iniciaron el Grado en el curso 2010/11. De éstos, 47 alumnos quedaron definitivamente fuera del Grado (**E24.3**).

La **Tasa de Éxito** recoge la relación porcentual entre el número de créditos aprobados y presentados. Al igual que la tasa de rendimiento, su comportamiento presenta una tendencia alcista, alcanzando el 82,3% en el curso 2013/14 (**E5.6**). Si bien en los cursos 2010/11 y 2011/12 dicha tasa de éxito estuvo por debajo del objetivo establecido en la Memoria de Verificación (80%), en los dos cursos siguientes se ha superado, alcanzando el 81,4% en el curso 2012/13 y el mencionado 82,3% en el curso 2013/14. El Estudio de Rendimiento Académico también refleja que los alumnos con régimen de dedicación completa presentan tasas de éxito más altas que los alumnos con régimen de dedicación parcial.

Si atendemos a la relación entre el número de créditos presentados a examen y el número de créditos matriculados, **tasa denominada “de expectativa”**, ésta se sitúa siempre en valores próximos al 85%, siendo en el curso 2013/14 del 87,7% (**E5.6**). Estos valores tan positivos pueden ser consecuencia de la normativa de progreso y permanencia de la Universidad de Oviedo-recientemente modificada (véase Directriz 1.5)- que incentiva que los estudiantes se presenten a todas las convocatorias de examen posibles ya que, acudan o no, finalizado el curso académico se consideran consumidas dos por cada asignatura matriculada. Esto, unido



a que únicamente disponen de seis convocatorias por asignatura, incentiva la participación de los estudiantes en los exámenes de las asignaturas matriculadas. El Estudio de Rendimiento Académico también permite observar que las tasas de expectativa correspondientes a alumnos con régimen de dedicación completa son más altas que las correspondientes a alumnos con régimen de dedicación parcial.

Con respecto a la **Tasa de Eficiencia**, ésta alcanzó el 96,6% en el curso 2013/14 (**Tabla 4**), superando el valor especificado en la Memoria de Verificación (45%). Los 32 estudiantes titulados en el curso 2013/14, habiendo sido excluidos los que en su día accedieron al título con créditos reconocidos, debieron haberse matriculado de un total de 7.680 créditos para titularse, teniendo en cuenta que la carga lectiva es de 240 créditos, pero realmente han necesitado matricularse de un total de 7.950 créditos. Por lo tanto, conforme a su definición, la tasa de eficiencia alcanza el valor anteriormente citado.

La tasa de rendimiento, los porcentajes de suspensos y no presentados, la tasa de éxito y el porcentaje de aprobados en primera matrícula sobre el total de matriculados en primera matrícula para las asignaturas individuales del Grado en Comercio y Marketing para el curso 2013/14 se puede observar en la **Tabla 2**. El Estudio de Rendimiento Académico elaborado por la Unidad Técnica de Calidad para el curso 2013/14 muestra que **el 87% de los estudiantes del Grado en Comercio y Marketing supera las asignaturas en primera convocatoria y sólo el 13% lo hace en la segunda o posterior convocatoria**. Este dato tan favorable es fruto de que el sistema de evaluación continua dio su resultado más satisfactorio en la convocatoria ordinaria, donde se presentaron la gran mayoría de alumnos que asistían a las clases y donde el número de aprobados fue mayor.

Si se analizan los resultados de las Tasas de Rendimiento, Éxito y Expectativa en función del número ordinal del curso, el Estudio de Rendimiento Académico para el curso 2013/14 muestra que **estas tasas son crecientes a medida que se avanza en el Grado**. Así, para el primer curso la Tasa de Rendimiento es del 51%, para el segundo del 80,5%, para el tercero del 89,6% y para el cuarto curso del 94,4%. Un comportamiento similar se observa en las tasas de éxito y expectativa. Estos resultados se asocian al hecho de que las asignaturas de formación básica, que suelen requerir mayores conocimientos previos, están situadas en primer curso, mientras que a partir de tercero los estudiantes ya pueden escoger asignaturas optativas diseñando su propio currículo. Por otra parte, en las asignaturas de tercer curso sólo hay alumnos que han ido pasando año a año, los cuales se pueden considerar como buenos estudiantes, mientras que en primero y segundo puede haber estudiantes en segunda y tercera matrícula que tienden a empeorar los resultados.

Se observan **bajas tasas de rendimiento y éxito en algunas asignaturas con un mayor componente matemático** (destacan en este sentido asignaturas como Introducción a la Macroeconomía o Matemáticas, ambas de primer curso). **Sin embargo las tasas de rendimiento de las asignaturas optativas de tercer y cuarto curso se sitúan en torno al**



90%, llegando algunas de ellas al 100%.

Avalando estos resultados, el Estudio de Rendimiento Académico muestra la **calificación promedio que han obtenido los estudiantes que han aprobado cada asignatura**. Del análisis de estos datos se obtiene que la nota media de las asignaturas de primero para el curso 2013/14 es de 6,1; para el segundo curso de 6,4; para el tercer curso de 7,2 y para el cuarto curso de 7,6. Además, si para estos dos últimos cursos se separan las notas obtenidas en asignaturas obligatorias y optativas, las medias serían de 7,1 y 7,4, respectivamente.

El informe de rendimiento también analiza los **resultados en función de la modalidad de acceso** (adaptados, formación profesional, PAU y titulados), representando los estudiantes de PAU casi el 79% del total. Cabe señalar, en este sentido, los mejores indicadores de rendimiento entre los estudiantes adaptados (que se incorporan desde enseñanzas anteriores a las establecidas por el RD 1393/2007) y los estudiantes procedentes de formación profesional (**E5.6**).

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
	X			

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

Tabla 2. Resultados de las asignaturas que conforman el plan de estudios.

Tabla 4. Evolución de los indicadores y datos globales del título.

E5.6- Informes de Rendimiento Académico

<http://jovellanos.uniovi.es/organizacion/calidad>

E20.4 - Memoria de Verificación del Grado en Comercio y Marketing 2014

<http://calidad.uniovi.es/garantiainterna/seguimientotitulos/jovellanos>

E24.3- Información sobre los datos de los estudiantes que no han superado las normas de permanencia en el curso 2012/2013.

7.2. La satisfacción de los estudiantes, del profesorado, de los egresados y de otros grupos de interés es adecuada.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:

Los resultados de las encuestas a estudiantes y profesores sobre su grado de satisfacción con varios aspectos del título se pueden ver en la **Tabla 4**.



Dichos resultados han sido obtenidos de los informes de cada año de la Encuesta General de Enseñanza en Red que se realiza cada curso bajo la gestión del Vicerrectorado de Profesorado y Ordenación Académica (E5.7).

En cuanto al grado de **satisfacción global de los estudiantes con el título**, el nivel ha sido de “notable” en el curso 2013/14, con una puntuación de 7,2. Resultados parecidos han sido obtenidos en la satisfacción de los estudiantes con el profesorado (7,5) y en la satisfacción de los estudiantes con los recursos docentes (7,6). Con respecto al grado de satisfacción de los estudiantes con los recursos materiales la calificación alcanza el nivel de “bueno”.

En lo que se refiere al profesorado, el grado de satisfacción con el título alcanza un valor de 7,8 en el curso 2013/14, coincidente con la obtenida en el curso 2012/13 y superando las de los cursos 2011/12 (7,6) y 2010/11 (6,5).

Aunque los resultados se pueden considerar buenos en general, de acuerdo con la Comisión de Calidad, el limitado nivel de respuesta obliga a interpretar los resultados con cierta reserva y a perfeccionar el procedimiento para conseguir un mayor nivel de participación (E5.11).

Por otra parte, **el Informe de Egresados/as del Grado en Comercio y Marketing (E.18.3) indica que se le otorga una valoración de aprobado alto** (6,33 puntos) al Grado, y del total de encuestados (16 alumnos) el 62,5% volvería a estudiar el Grado en Comercio y Marketing. Debemos tener cautela, no obstante, a la hora de valorar estos resultados y habría que esperar a tener una muestra más amplia para extraer conclusiones.

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
	X			

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:

Tabla 4. Evolución de los indicadores y datos globales del título.

E5.7- Informe de la Encuesta General de la Enseñanza

E5.11- Actas de las reuniones de la Comisión de Calidad

<http://jovellanos.uniovi.es/organizacion/calidad>

E18.3- Informe de Egresados

7.3. Los valores de los indicadores de inserción laboral de los egresados del título son adecuados al contexto científico, socio-económico y profesional del título.

VALORACIÓN DESCRIPTIVA:



Para recabar datos acerca de la inserción laboral de los egresados y la satisfacción con los estudios cursados por los titulados, la Universidad de Oviedo ha puesto en marcha el Proceso de Orientación Profesional y Seguimiento de Egresados PR-SGIC-UO-O4 (E18.1) y el Procedimiento de Gestión de la Orientación Profesional y Seguimiento de Egresados PD-SGIC-UO-1.2.4 (E18.2). Para ello se realiza una encuesta a los egresados, cuyos resultados se recogen en el correspondiente Informe de Egresados (E18.3).

A la fecha de realización del presente autoinforme únicamente se dispone del Informe de Egresados de la primera promoción, correspondiente al curso 2013-2014, por lo que los resultados que se obtienen han de ser interpretados con prudencia, a la espera de disponer del Informe de Egresados de más cursos académicos. En el curso 2013-2014 se han recogido y analizado un total de 16 encuestas, que representan un 42,1% de participación. De los 16 encuestados, 11 se encuentran trabajando en la actualidad (68,75%), de los cuales 4 tienen un contrato indefinido (36,36%). El 50% de los egresados ocupados actualmente tiene un puesto de trabajo relacionado con los estudios que ha realizado (marketing, comercial de compras, comercial de ventas, comercio internacional, etc.).

La información obtenida del Informe de Egresados puede completarse con la **valoración que han realizado las empresas sobre los alumnos que han cursado la asignatura Prácticas Externas (E1.1)**. En este sentido, las empresas han de valorar, conforme a una escala de 1 a 10, diversos aspectos de las prácticas realizadas por el alumno, tales como la capacidad técnica, capacidad de aprendizaje, administración de trabajos, habilidades de comunicación oral y escrita, etc. Sus resultados y el grado de satisfacción de las empresas con los alumnos que realizaron las prácticas pueden ser orientativos de la futura empleabilidad de los alumnos del Grado en Comercio y Marketing.

En el curso 2013-2014 realizaron prácticas en empresas o instituciones un total de 79 alumnos, disponiendo de los correspondientes informes de valoración. Puede verse un resumen de dichos resultados en la tabla resumen de los Informes de la empresa/institución sobre el alumno (E1.2). En dicha tabla puede comprobarse cómo la valoración que realizan las empresas de los alumnos de Comercio y Marketing es muy alta en todos los aspectos. **La puntuación media alcanzada para el conjunto de aspectos valorados es un 8,91 (sobre 10), lo que puede interpretarse como un elevado grado de satisfacción por parte de las empresas con la formación que tienen los estudiantes de esta titulación para su incorporación al mercado laboral.**

VALORACIÓN SEMICUANTITATIVA:

A	B	C	D	No aplica
	X			

LISTADO DE EVIDENCIAS E INDICADORES QUE AVALEN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ:



E1.1- Documento 06 Prácticas Externas

E1.2- Resultados prácticas externas curso académico 2013/14

E18.1- Proceso de Orientación Profesional y Seguimiento de Egresado (PR-SCIG-UO-04)

<http://calidad.uniovi.es/garantiainterna/documentacion>

E18.2- Procedimiento de Orientación Profesional y Seguimiento de Egresado (PD-SCIG-UO-1.2.4)

<http://calidad.uniovi.es/garantiainterna/documentacion>

E18.3- Informe de Egresados