

Informe Final para la renovación de la acreditación del Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Almería

1. DATOS DEL TÍTULO

ID Ministerio	2501723
Denominación del Título	Graduado o Graduada en Marketing e Investigación de Mercados
Universidad	Universidad de Almería
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad/es Participante/s	
Rama de Conocimiento	Ciencias Económicas y Empresariales

2. ÁMBITO NORMATIVO

La renovación de la acreditación se tramita de conformidad con el procedimiento previsto con el artículo 34 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad.. La evaluación se ha llevado a cabo de acuerdo con los criterios y directrices para el Aseguramiento de la Calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior (ESG) establecidos en la Guía para la renovación de la acreditación de los títulos universitarios de grado y máster de la Dirección de Evaluación y Acreditación de la Agencia Andaluza del Conocimiento.

La Agencia Andaluza del Conocimiento, de conformidad con lo dispuesto en la Ley 16/2007, de 3 de diciembre, tiene atribuidas las competencias de evaluación y acreditación de las actividades universitarias.

La Comisión de renovación de la acreditación, designada por la Dirección de Evaluación y Acreditación de la Agencia Andaluza del Conocimiento, es la competente para efectuar la evaluación de la solicitud de la renovación de la acreditación de los títulos oficiales presentada por la Universidad. El presente informe es emitido por dicha comisión formada por expertos en la materia que actúan en régimen de independencia y autonomía.

3. CONTENIDO DE LA EVALUACIÓN

En este informe la Comisión realiza las siguientes valoraciones:

- Primero: Certifica y **constata** el cumplimiento de los criterios conforme a lo establecido en la Guía para la renovación de la acreditación de los títulos universitarios de grado y máster de Andalucía, de la Dirección de Evaluación y Acreditación, de la Agencia Andaluza del Conocimiento, diciembre 2014.
- Segundo: Realiza **recomendaciones y recomendaciones de especial seguimiento**, esto conlleva un plan de mejora cuya realización será objeto de comprobación a lo largo del seguimiento.
- Tercero: Especifica las **modificaciones** señaladas en el informe provisional que no han sido resueltas de forma satisfactoria y que motivan, en su caso, el informe desfavorable.

Código Seguro de Verificación:R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G	PÁGINA	1/9
			

3.0. INTRODUCCIÓN

La comisión para la renovación de la acreditación del título de graduado o graduada en Marketing e Investigación de Mercados por la Universidad de Almería ha examinado y valorado la documentación requerida para el proceso, especialmente el autoinforme elaborado por las personas responsables del título, así como el conjunto de evidencias aportadas por la Universidad, junto con las recogidas durante la visita virtual realizada. En las valoraciones efectuadas se tuvo en cuenta que el título se imparte en la modalidad presencial y que incluye 12 créditos de prácticas externas. Al tratarse de la segunda renovación de la acreditación, se han examinado de forma específica las acciones de mejora que se han propuesto a partir de las recomendaciones incluidas en el Informe de renovación de la acreditación de fecha 29 de septiembre de 2016.

A la vista de la información recogida, la comisión emitió un informe provisional para la renovación de la acreditación en el que se incluían modificaciones y recomendaciones en algunos criterios. Una vez analizadas y valoradas las alegaciones presentadas en tiempo y forma por la Universidad de Almería, la comisión emite el presente informe final de renovación de la acreditación en el que se incluyen recomendaciones orientadas a la progresiva mejora de la titulación, a las que, tanto la Universidad como los responsables deberán dar respuesta, en función de su respectiva naturaleza y alcance. A continuación, se exponen los análisis y las valoraciones que realiza esta comisión sobre cada uno de los criterios considerados en el proceso de renovación de la acreditación.

3.1. INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE

No se alcanza

La información pública sobre el grado en Marketing e Investigación de Mercados está incluida, principalmente en su página web, dentro del diseño general que posee la Universidad de Almería. Esta página web está organizada en 5 grandes apartados (presentación, plan de estudios, matrícula y becas, movilidad y sistema de garantía de calidad), además de dos accesos directos (calendario académico y horarios y exámenes) y enlaces a información general de la Universidad de Almería. La página de presentación contiene información general sobre el título, así como información sobre el perfil de acceso y las salidas académicas, junto con un enlace a la memoria verificada. La pestaña dedicada al ¿plan de estudios¿ contiene las guías docentes actualizadas, así como información sobre el TFG y las prácticas externas, entre otras. Por último, la información sobre el sistema de garantía de calidad permite acceder a los planes anuales de calidad del centro y al plan de mejora de la titulación, así como a la composición y las actas de las reuniones de las comisiones de garantía de calidad.

La información de calidad incluye un acceso al ¿Informe de Resultados Anuales de Calidad¿ un documento muy completo que contiene información sobre los diferentes indicadores recogidos, así como a un cuadro de indicadores en el que se muestran los más relevantes. Sin embargo, tal y como se indica en el criterio 2 del presente informe, existen algunos indicadores esenciales que no están siendo recogidos por el Sistema de Garantía de Calidad y que, por tanto, no figuran en la web del grado. A pesar de que, en las alegaciones presentadas al informe provisional, se indica que la falta de dichos indicadores afectaría al criterio 2 del presente informe, debe tenerse en cuenta que en este criterio se analiza si la información disponible en la página web del título recoge todos los aspectos señalados en la guía de renovación de la acreditación publicada en la web de la DEVA. Asimismo, es importante tener también en cuenta que, si bien el Informe de Resultados Anuales de Calidad es un documento que recoge una gran cantidad de información y una herramienta muy útil para la gestión de la calidad de los títulos de la Universidad de Almería, no es un documento adecuado para transmitir a la sociedad en general y a los diferentes grupos en particular, la información pública sobre el grado, incluso en el caso de que no existiesen las consideraciones técnicas que se incluyen en el apartado 2 del presente informe.

Código Seguro de Verificación:R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G	PÁGINA	2/9
			

A través de la página web del título es posible acceder al resto de información institucional de la Universidad de Almería y de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, mediante enlaces que permiten una navegación sencilla. Este sistema centralizado de información permite una adecuada actualización de los contenidos y facilita el cumplimiento de los requisitos que debe cumplir una titulación en cuanto a la información pública disponible.

Además de la información que figura en la web, la Universidad de Almería lleva a cabo otras acciones de difusión del título entre las que destaca la presencia en ferias nacionales e internacionales y la promoción de las titulaciones en centros de enseñanzas medias.

En líneas generales, la satisfacción con la información y difusión del título es elevada en todos los grupos de interés analizados (estudiantado, PDI y PAS), si bien, en estos dos últimos se observa un descenso en el último curso. Debe mencionarse, en cualquier caso, que los datos de satisfacción del PAS son referidos al conjunto de titulaciones de la Universidad de Almería, y no a este grado en concreto.

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

Se debe completar la información pública incluyendo indicadores significativos de satisfacción de todos los grupos de interés.

3.2. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD

No se alcanza

El Grado en Marketing e Investigación de Mercados no cuenta con un sistema de garantía de calidad (SGC) propio, sino que, desde el año 2018, se encuentra integrado en el SGC de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, junto con el resto de los títulos del centro. El SGC dispone de un gestor documental que facilita la recogida y análisis de la información, e incluye la mayor parte de los procedimientos necesarios, si bien existen algunos aspectos que deben ser todavía mejorados, particularmente los relacionados con la recogida de la satisfacción de los diferentes grupos de interés, tanto en lo que se refiere a su diseño, como a su implementación en el grado. En primer lugar, parte de los resultados que figuran en el Informe de Resultados Anuales de Calidad se refieren a un grupo de interés denominado *¿estudiantes recién egresados¿* que, tal y como se aclara en las alegaciones presentadas al informe provisional, se obtiene por medio de la realización de una encuesta a estudiantes de 4º curso durante los meses de julio-septiembre. Si bien es cierto que, tal y como se indica también en dichas alegaciones, este colectivo dispone de madurez y trayectoria suficientes para valorar en su justa medida los contenidos de la satisfacción global, siguen sin aclararse los motivos por los que no se realizan encuestas de satisfacción al estudiantado de los otros cursos, cuya opinión debería ser también tenida en cuenta en el proceso de análisis y mejora de la titulación. Por otra parte, la denominación de este grupo de interés como *¿estudiantes recién egresados¿* crea ciertas dudas sobre si está siendo utilizado para conocer la satisfacción tanto del grupo del interés de estudiantes, como del de egresados. De hecho, en el Informe de Resultados Anuales de Calidad, dentro del apartado de *¿Recogida de recogida de necesidades, expectativas y satisfacción¿* figuran, junto con los datos de satisfacción global del PDI y del PAS, los de los estudiantes recién egresados, sin que aparezca un apartado específico correspondiente a los egresados. Asimismo, en dicho Informe hay indicadores de satisfacción referidos a *¿estudiantes¿*, *¿estudiantes recién egresados¿*, *¿egresados¿* y *¿recién egresados¿*, que crean una cierta dificultad a la hora de analizar los datos, y que deberían definirse con claridad. En consecuencia, y dado que las dudas en relación con los procedimientos de recogida de la satisfacción de estos grupos de interés no han sido aclaradas en las alegaciones presentadas al informe provisional, se mantiene una recomendación de especial seguimiento.

En segundo lugar, las encuestas de satisfacción del PAS se realizan de forma agregada para toda la universidad, sin tener en cuenta posibles diferencias entre títulos. Si bien se entiende que la Universidad de Almería utiliza un modelo de gestión centralizado, esta circunstancia no debería impedir la recogida de datos que permitan realizar un análisis diferenciado de la satisfacción de este grupo de interés con los diferentes títulos que se imparten. Debe

Código Seguro de Verificación:R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G	PÁGINA	3/9
			

tenerse en cuenta que, aunque en las alegaciones presentadas el informe provisional, se enfatiza el hecho de que la satisfacción global con los títulos de la Universidad de Almería se aplica al personal de su secretaría única, que trabaja en los procesos académicos y administrativos, hay aspectos relacionados con la satisfacción del PAS que van más allá de estos procesos y que no tienen por qué ser iguales en todos los títulos, por lo que sería también importante recoger la satisfacción de todo el PAS que colabora en la impartición de los títulos, más allá del que realiza funciones administrativas o de gestión. En consecuencia, y aunque, técnicamente el indicador existe, su utilidad para recoger la satisfacción del PAS con el grado es mejorable, por lo que debe mantenerse una recomendación relacionada con este aspecto. Por último, tampoco existen evidencias de que se esté recogiendo ni analizando la satisfacción global de los empleadores con el grado, si bien se está recogiendo su satisfacción con los egresados, lo cual se valora de forma positiva.

En cuanto a la satisfacción del estudiantado con los tutores de prácticas externas y con la orientación profesional, es importante mencionar que no se está recogiendo de forma desagregada. En el caso de la satisfacción con los tutores, aunque las encuestas cuentan con un ítem que la recoge, este ítem forma parte del indicador ¿Satisfacción del estudiante con las prácticas externas¿ en el que se incluyen otros 10 ítems. Esto determina que la satisfacción del estudiantado con sus tutores de prácticas no se esté analizando de forma específica, tal y como se indica en el apartado 7 del presente informe, por lo que sería recomendable recoger este indicador de forma independiente, y no dentro de la valoración global de las prácticas externas. En el caso de la orientación profesional, está incluida en un ítem en el que se valora la satisfacción con una serie de procedimientos administrativos, entre los que, además de la orientación profesional, se incluyen entre otros, la matrícula, el reconocimiento de créditos, las prácticas en empresa y la movilidad. En consecuencia, resulta muy difícil valorar la satisfacción del estudiantado con la orientación profesional recibida y, por lo tanto, se mantiene la recomendación.

La gestión de la política de calidad de la titulación depende de la comisión de garantía de calidad del centro, cuya composición está publicada en la web, así como las actas de las reuniones en las que se recogen los principales acuerdos adoptados. El centro cuenta con un plan anual de calidad, dentro del que se incluyen los planes de mejora de sus diferentes titulaciones, que recogen las acciones de mejora puestas en marcha para dar respuesta a las recomendaciones recibidas o como consecuencia del análisis de los indicadores recogidos. Sin embargo, no todas las acciones diseñadas se han completado de forma adecuada, tal y como se indica a lo largo del presente informe.

Recomendaciones:

Se recomienda recoger la satisfacción con la orientación profesional de forma desagregada.

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

Se deben obtener indicadores de satisfacción significativos de todos los agentes implicados (estudiantes, egresados, profesorado, PAS y empleadores).

Se deben obtener indicadores de satisfacción significativos de todos los agentes implicados (estudiantes, egresados, profesorado, PAS y empleadores) Se debe dar respuesta a todas las recomendaciones recibidas en anteriores informes

3.3. DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA FORMATIVO

Se alcanza

El grado en Marketing e Investigación de Mercados fue verificado en el año 2010 y modificado en el año 2016. En el momento actual, la memoria del título cuenta con un diseño actualizado de modificaciones tras las revisiones y acciones de mejora puestas en marcha. El programa formativo cumple con lo establecido en la memoria verificada y en las sucesivas modificaciones, se ha implantado de acuerdo con la cronología programada y se corresponde al nivel formativo del título. En su conjunto, el programa está bien planteado, contemplando prácticas y acciones de

Código Seguro de Verificación:R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G	PÁGINA	4/9
			

movilidad que están funcionando de forma adecuada. Se ha potenciado la adquisición de competencias transversales como las competencias sociales y el dominio de una lengua extranjera, dando así respuesta a una de las recomendaciones del anterior informe para la renovación de la acreditación.

Las guías docentes son actualizadas y publicadas anualmente, y contienen información completa acerca de las competencias, los resultados del aprendizaje, los temarios, las metodologías de enseñanza y aprendizaje, las actividades formativas y los sistemas de evaluación de las asignaturas. Existen también guías docentes específicas para el TFG y para las prácticas externas.

La gestión de las prácticas se apoya en la plataforma Ícaro gestionada por el Servicio Universitario de Empleo (SUE). El procedimiento establece la asignación de un tutor académico y un tutor de empresa a cada estudiante. Toda la información relativa a las prácticas externas, incluyendo información sobre los procesos de gestión (inscripción en el programa de prácticas, etc.) y evaluación (modelos de memoria de prácticas del estudiante, de evaluación del tutor de empresa, de evaluación del tutor académico y criterios de evaluación) está publicada en la web. Las prácticas externas son bien valoradas por los estudiantes, tutores internos y tutores externos (4,1 puntos, en todos los casos). La gestión de la movilidad se realiza también con un programa específico (UMOVE). Desde la renovación de la acreditación en 2016, el número de estudiantes en movilidad ha pasado de 250 a 280.

Los procesos de gestión administrativa del título (reconocimiento de créditos, gestión de movilidad y prácticas externas, gestión de los TFG, etc.) facilitan el adecuado desarrollo del programa formativo, y se desarrollan de acuerdo con lo establecido en la normativa interna de la Universidad de Almería. Además de los ya indicados, existen programas de gestión para ayudar a los alumnos con los trámites administrativos (ARATIES), el desarrollo de competencias transversales (JUMP) o la inserción laboral (Talento Dual).

La oferta de plazas de nuevo ingreso se ha mantenido en 75, tal y como se indica en la memoria verificada, hasta el curso 2021-21, en el que únicamente se ofertaron 58 plazas. El número de matriculados de nuevo ingreso ha superado el máximo verificado todos los cursos del periodo analizado, excepto el último, probablemente por la disminución en el número de plazas ofertadas.

3.4. PROFESORADO

Se alcanza parcialmente

En líneas generales, la plantilla docente se adecúa a las características del programa formativo. Desde el momento de la implantación del grado, se ha producido un importante incremento del número de profesores que imparten docencia en la titulación, hasta llegar a los 32 del curso 2020-21. El profesorado de la titulación tiene una composición equilibrada y, cerca del 70% de la plantilla está constituida por figuras estables. La experiencia docente es adecuada, con una media de 2,4 quinquenios. Sin embargo, la experiencia investigadora es menor, con tan solo 0,9 sexenios de media, de los que únicamente están vivos el 67%, lo que en parte se explica porque de los 32 profesores solo el 69% son doctores. En este sentido, se valoran de forma positiva las propuestas incluidas en las alegaciones presentadas al informe provisional, pero se mantiene la recomendación para facilitar su seguimiento. La participación del profesorado en proyectos de innovación docente es adecuada, pero no existen evidencias sobre su participación en el programa DOCENTIA. Al igual que en el caso anterior, se valoran de forma positiva las propuestas incluidas en las alegaciones presentadas al informe provisional, si bien se mantiene la recomendación para facilitar su seguimiento.

Los criterios para la asignación de los directores de los TFG están recogidos en la correspondiente normativa de la Universidad de Almería, que ha sido adaptada a las particularidades del grado. La asignación de los directores se realiza en función de la calificación media de los expedientes de los estudiantes y del orden de preferencia establecido en la solicitud.

La supervisión de las prácticas externas depende de un único profesor, que posee un perfil de eminentemente profesional, y cuya docencia está centrada exclusivamente en esta labor de supervisión y en el contacto con las

Código Seguro de Verificación: R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G	PÁGINA	5/9
			

empresas donde los estudiantes realizan las prácticas. Las funciones y características de los tutores de las prácticas externas están también recogidas en la correspondiente normativa de la universidad.

La coordinación del programa formativo se lleva a cabo a través de los coordinadores de título y curso, que son nombrados por el decano, y de los coordinadores de asignatura que lo son por los departamentos. Debe mejorarse, en cualquier caso, el análisis de los mecanismos que permiten una adecuada relación entre los coordinadores para así asegurar una eficaz coordinación vertical y horizontal del grado.

Recomendaciones:

Se recomienda que la actividad docente del profesorado se someta al programa DOCENTIA.

Se recomienda mejorar la experiencia investigadora del profesorado.

3.5. INFRAESTRUCTURA, SERVICIOS Y DOTACIÓN DE RECURSOS

Se alcanza parcialmente

Los recursos materiales disponibles son apropiados para el desarrollo del programa formativo. El grado cuenta con aulas adecuadas, tanto por su capacidad como por los medios disponibles, muchos de los cuales han sido renovados recientemente. Asimismo, los recursos disponibles (biblioteca, aulas de informática, medios audiovisuales, etc.) facilitan la adquisición, por parte del estudiantado, de las competencias propias del grado. El personal de administración y servicios y el personal de apoyo son también adecuados y participan, de forma eficaz, en el normal desarrollo de las actividades formativas.

Las acciones de orientación académica y profesional se desarrollan de acuerdo con procedimientos generales existentes en la Universidad de Almería, tanto para la acogida y orientación académica de los alumnos como para su orientación profesional. Dentro de las actividades específicas desarrolladas por la facultad se incluyen la organización del acto de bienvenida, jornadas de puertas abiertas y sesiones informativas específicas. Asimismo, la Facultad organiza conferencias y mesas redondas con colegios profesionales, asociaciones de jóvenes empresarios y distintos directivos y profesionales de empresas del sector. Si bien este tipo de servicios ha mejorado en los últimos años, es necesario seguir avanzando, debido, entre otras cosas, a las quejas detectadas. En este sentido, se valoran de forma positiva las propuestas incluidas en las alegaciones presentadas al informe provisional, pero se mantiene la recomendación para facilitar su seguimiento.

Recomendaciones:

Se recomienda seguir mejorando los servicios de orientación académica y profesional.

3.6. RESULTADOS DEL PROGRAMA

Se alcanza

Las actividades formativas y las metodologías docentes empleadas para cada una de las asignaturas están orientados a la consecución de las competencias a los objetivos del título y a la modalidad de enseñanza. La metodología de enseñanza-aprendizaje que plantea el título se orienta hacia la participación del estudiante, con especial énfasis en el uso de las tutorías, los seminarios y las actividades prácticas lo que indica el compromiso de la titulación con las orientaciones más modernas. El TFG tiene una contribución significativa a los resultados de aprendizaje.

Los sistemas de evaluación recogidos en las guías docentes son también adecuados, al sustentarse en la evaluación de competencias mediante diversos mecanismos. En términos generales, el grado muestra unas tasas de éxito y rendimiento satisfactorias. La distribución global de calificaciones es similar a la de otros grados de la

Código Seguro de Verificación:R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G	PÁGINA	6/9
			

facultad y en consecuencia a la media del centro. Existen, en cualquier caso, un elevado porcentaje de no presentados en primero y cuarto curso, cuyas causas han sido analizadas de forma adecuada por los responsables.

3.7. INDICADORES

No se alcanza

Aparte de los aspectos señalados en el criterio 2 del presente informe, relativos a la obtención de determinados indicadores de satisfacción, es importante destacar que, dentro del necesario proceso de mejora de la titulación un elemento imprescindible es el análisis de los indicadores obtenidos. En este sentido, debe tenerse en cuenta que tan solo se está recogiendo y analizando la satisfacción global con el grado del profesorado y del estudiantado del último año (estudiantes recién egresados), pero faltan los datos de satisfacción del estudiantado del resto de los cursos, así como de los egresados y de los empleadores. Asimismo, el nivel de participación en las encuestas es bajo, lo que hace que los resultados sean poco representativos. En cualquier caso, la satisfacción global ha caído entre los estudiantes hasta situarse en 2,95 (con un 18% de participación), mientras que, entre los profesores, se mantiene en un nivel medio (3,8 en el último curso) con un 15% de participación). La satisfacción global se sitúa también en un nivel medio en el caso del PAS, si bien, en este caso los datos no se refieren al grado en Marketing e Investigación de Mercados, sino al conjunto de títulos impartidos por la Universidad de Almería y tan solo se han recogido en dos cursos (2016-17 y 2019-20).

La satisfacción del estudiantado con la labor docente del profesorado es alta, sin que existen diferencias entre los distintos cursos. Por el contrario, y pese a lo indicado en las alegaciones presentadas al informe provisional, no existen evidencias de que se esté analizando, de forma específica, la satisfacción del estudiantado con los tutores de prácticas externas, por lo que se mantiene la recomendación. Tal y como se señaló anteriormente, no solo es necesario disponer de un SGC que permita recoger los indicadores necesarios, sino que el funcionamiento del sistema debe garantizar que dichos indicadores son analizados y utilizados en el proceso de mejora de la titulación. Los estudiantes en movilidad entrante muestran una elevada satisfacción, con 4,2 puntos en el último curso analizado, y una tendencia ascendente, mientras que el estudiantado de movilidad saliente muestra una menor satisfacción (3,4 en el último curso) y una tendencia descendente. Los indicadores muestran una satisfacción media con la acogida y la orientación académica (3,4 en el curso 2020-21), pero con una línea ascendente tras ser valorada con 1,5 puntos en el curso 2017-18. En cualquier caso, aunque las actividades de orientación académica han mejorado, en los últimos años, todavía existen quejas relacionadas con ellas. La satisfacción con la orientación profesional se sitúa también en un nivel medio, si bien el indicador incluye también otros procedimientos, lo que le resta validez. La satisfacción de los estudiantes con las infraestructuras y los recursos se sitúa en 3,2 puntos, por lo que ha cado desde niveles superiores a 4 en años anteriores.

La tasa de graduación se mantiene por encima del valor acreditado, aunque muestra una tendencia descendente que la sitúa tan solo 4 puntos porcentuales por encima de ese valor en el último curso analizado (29% alcanzado vs. 25% previsto). Algo similar ocurre con la tasa de eficiencia que, si bien cumple con lo establecido en la memoria en todos los años del periodo analizado, muestra, en el último curso, los peores resultados de la serie, descendiendo hasta el 85% (que es el valor previsto en la memoria). Por último, la tasa de abandono se ha mantenido por debajo de lo previsto durante todo el periodo. En cualquier caso, y dado que el sistema de cálculo de este indicador ha sido recientemente modificado, sería importante recalcularlo su valor en todos los cursos, para así poder analizar la evolución temporal de la tasa de abandono.

Los datos sobre inserción laboral son los que ofrece el Servicio Andaluz de Empleo, y presentan poca solidez, ya que no se registran las actividades de autoempleo, emprendimiento ni de egresados que trabajan fuera de España. De acuerdo con los datos disponibles sobre inserción laboral son adecuados, ya que se sitúa en el 70% en el último curso analizado. De forma similar, la tasa de paro registrara es baja, en torno al 23%. En cualquier caso, sería conveniente que desde la titulación o desde el centro se llevaran a cabo procedimientos específicos para el

Código Seguro de Verificación:R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G	PÁGINA	7/9
			

seguimiento y análisis de la inserción de los titulados, al menos durante los primeros años desde el egreso.

Recomendaciones:

Se recomienda analizar la satisfacción del estudiantado con los tutores de prácticas externas.
Se recomienda mejorar el análisis de la inserción laboral de los egresados.

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

Se debe realizar un análisis de la satisfacción de todos los grupos de interés mediante los procedimientos descritos en el SGC o con información recabada por otros medios (grupos de discusión) si el número de cuestionarios recogidos en las encuestas es insuficiente.

4. CONCLUSIONES DEL INFORME

Atendiendo al autoinforme de renovación de la acreditación, a las evidencias analizadas, a las audiencias realizadas durante la visita a la Universidad, y transcurrido el plazo de alegaciones, la Comisión de renovación de la acreditación analizadas las alegaciones, en su caso, emite este Informe final de evaluación.

1. INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

Se debe completar la información pública incluyendo indicadores significativos de satisfacción de todos los grupos de interés.

2. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD

Recomendaciones:

Se recomienda recoger la satisfacción con la orientación profesional de forma desagregada.

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

Se deben obtener indicadores de satisfacción significativos de todos los agentes implicados (estudiantes, egresados, profesorado, PAS y empleadores).

Se deben obtener indicadores de satisfacción significativos de todos los agentes implicados (estudiantes, egresados, profesorado, PAS y empleadores) Se debe dar respuesta a todas las recomendaciones recibidas en anteriores informes

4. PROFESORADO

Recomendaciones:

Se recomienda que la actividad docente del profesorado se someta al programa DOCENTIA.

Se recomienda mejorar la experiencia investigadora del profesorado.

5. INFRAESTRUCTURA, SERVICIOS Y DOTACIÓN DE RECURSOS

Recomendaciones:

Se recomienda seguir mejorando los servicios de orientación académica y profesional.

7. INDICADORES

Recomendaciones:

Se recomienda analizar la satisfacción del estudiantado con los tutores de prácticas externas.

Se recomienda mejorar el análisis de la inserción laboral de los egresados.

Recomendaciones de Especial Seguimiento:

Se debe realizar un análisis de la satisfacción de todos los grupos de interés mediante los procedimientos descritos en

Código Seguro de Verificación:R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G	PÁGINA	8/9
			

el SGC o con información recabada por otros medios (grupos de discusión) si el número de cuestionarios recogidos en las encuestas es insuficiente.

La Comisión de renovación de la acreditación resuelve emitir un informe FAVORABLE

**EL DIRECTOR DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN
DE LA AGENCIA ANDALUZA DEL CONOCIMIENTO**

Código Seguro de Verificación:R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma			
FIRMADO POR	SEBASTIAN SANTIAGO CHAVEZ DE DIEGO	FECHA	25/06/2022
ID. FIRMA	R2U2TSMB7CUZCKW4J4B5TFM489A57G	PÁGINA	9/9
			