

**Autoinforme per a l'acreditació de la
titulació:**

Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals

**Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa
-Tecnocampus-
Universitat Pompeu Fabra**

Curs avaluat: 2016-2017

Data d'aprovació: 17/11/2017

Índex de continguts

0. DADES IDENTIFICATIVES	4
1. PRESENTACIÓ DEL CENTRE	5
2. PROCÉS D'ELABORACIÓ DE L'AUTOINFORME	9
3. VALORACIÓ DE L'ASSOLIMENT DELS ESTÀNDARDS D'ACREDITACIÓ	11
Estàndard 1: Qualitat del programa formatiu	11
1.1. El perfil de competències de la titulació és consistent amb els requisits de la disciplina i amb el nivell formatiu del MECES.	11
1.2. El pla d'estudis i l'estructura del currículum són coherents amb el perfil de competències i amb els objectius de la titulació..	11
1.3. Els estudiants admesos tenen el perfil d'ingrés adequat per a la titulació i el seu nombre és coherent amb el nombre de places ofertes.	14
1.4. La titulació disposa de mecanismes de coordinació docent adequats.....	23
1.5. L'aplicació de les diferents normatives es realitza de manera adequada i té un impacte positiu sobre els resultats de la titulació.....	23
Estàndard 2: Pertinència de la informació pública	27
2.1. La institució publica informació veraç, completa, actualitzada i accessible sobre les característiques de la titulació i el seu desenvolupament operatiu.....	27
2.2. La institució publica informació sobre els resultats acadèmics i de satisfacció.	30
2.3. La institució publica el SGIQ en què s'emmarca la titulació i els resultats del seguiment i l'acreditació de la titulació.	31
Estàndard 3: Eficàcia del sistema de garantia interna de la qualitat de la titulació	34
3.1. El SGIQ implementat té processos que garanteixen el disseny, l'aprovació, el seguiment i l'acreditació de les titulacions.	34
3.2. El SGIQ implementat garanteix la recollida d'informació i dels resultats rellevants per a la gestió eficient de les titulacions, en especial els resultats acadèmics i la satisfacció dels grups d'interès. .	36
3.3. El SGIQ implementat es revisa periòdicament i genera un pla de millora que s'utilitza per a la seva millora contínua.	37
Estàndard 4: Adequació del professorat al programa formatiu	39
4.1. El professorat reuneix els requisits del nivell de qualificació acadèmica exigits per les titulacions del centre i té suficient i valorada experiència docent, investigadora i, si escau, professional..	48
4.2. El professorat del centre és suficient i disposa de la dedicació adequada per desenvolupar les seves funcions i atendre als estudiants.	48
4.3. La institució ofereix suport i oportunitats per millorar la qualitat de l'activitat docent i investigadora del professorat.....	50
Estàndard 5: Eficàcia dels sistemes de suport a l'aprenentatge	59
5.1. Els serveis d'orientació acadèmica suporten adequadament el procés d'aprenentatge i els d'orientació professional faciliten la incorporació al mercat laboral.	59
5.2. Els recursos materials disponibles són adequats al nombre d'estudiants i a les característiques de la titulació.	71
Estàndard 6: Qualitat dels resultats dels programes formatius	77
6.1 Els resultats d'aprenentatge assolits es corresponen amb els objectius formatius pretesos i amb el nivell del MECES de la titulació.....	77

6.2 Les activitats formatives, la metodologia docent i el sistema d'avaluació són adequats i pertinents per garantir l'assoliment dels resultats d'aprenentatge previstos.....	83
6.3. Els valors dels indicadors acadèmics són adequats per a les característiques de la titulació.	91
6.4. Els valors dels indicadors d'inserció laboral són adequats per a les característiques de la titulació.	94
4. VALORACIÓ I PROPOSTA DEL PLA DE MILLORA.....	96

0. DADES IDENTIFICATIVES

Universitat	Pompeu Fabra
Nom del centre	Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa –Tecnocampus-
Dades de contacte	Montserrat Vilalta Ferrer, directora de l'ESCSET
Responsables de l'elaboració de l'autoinforme	Comitè Intern per a les Acreditacions (CIA) del l'Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa Tecnocampus

Titulacions impartides al centre				
Denominació	Codi RUCT	Crèdits ECTS	Any d'implantació	Coordinador acadèmic / responsable de la titulació
Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació	2502004	240	2010	Dra. Noemí Ruiz
Grau en Turisme i Gestió del Lleure	2500400	240	2009	Dra. Maria Dolors Celma
Grau en Màrqueting i comunitats digitals	2502704	240	2012	Dr. Àlex Araujo
Grau en Logística i negocis marítims	2503029	240	2014	Dr. Jesús Ezequiel Martínez
Màster Universitari en Emprenedoria i Innovació	4312568	60	2010	Dr. Giovanni Giusti

Convenis d'adscripció (si escau):

Referència o data de la sol·licitud d'acreditació:

Data d'aprovació:

1. PRESENTACIÓ DEL CENTRE

1. Presentació: apunts històrics

L'Escola Universitària del Maresme (EUM) va ser promoguda i creada pel Consell Comarcal del Maresme per a impartir la diplomatura de Ciències Empresarials en règim d'adscripció a la Universitat Pompeu Fabra (UPF). Va iniciar les seves activitats el curs 1994-95 i dos anys més tard es va implantar la diplomatura de Turisme.

L'any 2009 va culminar el procés d'unificació sota una mateixa titularitat dels dos centres universitaris existents a Mataró -l'EUM i l'Escola Politècnica (EUPMt)- que va ser assumida per la Fundació Tecnocampus Mataró- Maresme. A banda de la unió jurídica, també es va fer efectiu el trasllat d'ambdós centres a les noves instal·lacions que l'Ajuntament de la ciutat havia disposat per al parc Científic i de la Innovació Tecnocampus, pensat per acollir els centres universitaris i empreses innovadores d'alt valor afegit que, conjuntament, configuren un model híbrid entre el món productiu i la universitat, amb la finalitat última de contribuir a la generació de riquesa en el territori.

El govern de la Fundació correspon a un Patronat estructurat en una triple hèlix: 1) representació de l'administració pública (Ajuntament de Mataró, Consell Comarcal del Maresme; 2) representació de la Universitat d'adscripció; i 3) representació de l'entorn social i empresarial (patronals, sindicats, empreses del Parc i membres del Senat del Tecnocampus). El Patronat es dona suport i s'assessora mitjançant un òrgan consultiu, el Senat, format per grups d'interès i integrat per empresaris, professorat, personal de gestió, estudiants i representants sèniors de la societat civil.

L'any 2010 la Fundació Tecnocampus va crear un tercer centre, l'Escola Superior de Ciències de la Salut, també en règim d'adscripció a la UPF i integrada en al Parc Tecnocampus, i el curs 2014-15, l'Escola Politècnica de Mataró, fins aleshores adscrita a la UPC, va adscriure's també a la UPF, amb la qual cosa s'ha aconseguit una major homogeneïtzació en les estructures de govern, gestió i funcionament dels tres centres. És en aquest sentit i per tal d'homogeneïtzar les denominacions, que l'EUM va passar a denominar-se *Escola de Ciències Socials i de l'Empresa -Tecnocampus (ESCSET)*.

2. Oferta formativa

L'Escola Imparteix actualment quatre Graus, dos dobles Graus i el Màster Universitari en Emprenedoria i Innovació:

- Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació (AdE i GI)
- Grau en Turisme i Gestió del Lleure
- Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals (Màrqueting i CD)
- Grau en Logística i Negocis Marítims (Logística i NM)
- Doble Grau AdE i GI/Turisme i GL (AdE/Turisme)
- Doble Grau AdE i GI/Màrqueting i CD (AdE/Màrqueting)
- Màster Universitari en Emprenedoria i Innovació

A partir del curs 2015-16 també s'imparteix el Grau d'AdE i GI en llengua anglesa.

En el moment de redactar aquest informe han sortit cinc promocions dels Graus d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació i Turisme i Gestió del Lleure, set promocions del Màster en Emprenedoria i Innovació, tres promocions de la doble titulació d'AdE i GI / Turisme i GL, dues del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals i una de la doble titulació AdE i GI / Màrqueting i CD. El Grau de Logística i Negocis Marítims encara està en procés de desplegament.

A banda de les titulacions oficials, l'Escola ofereix programes de formació contínua estructurats en Diplomes de Postgrau:

- Diploma de Postgrau en Social Media i Màrqueting Digital
- Diploma de Postgrau en Comptabilitat i Finances
- Diploma de Postgrau en Gestió de Cooperatives i Empreses d'Economia Social

3. Estudiants

El nombre d'estudiants del centre ha experimentat un fort augment els últims anys, sobretot des de la implantació del Grau de Màrqueting i CD el curs 2012-13 i de la doble titulació Màrqueting i CD /

Administració d'Empreses i GI el curs 2013-14. Durant el curs 2016-17 l'entrada d'estudiants en els Graus ha estat de 319 i de 27 en el Màster, amb un nombre total en el centre de 1197 estudiants. El pes dels estudis de Màrqueting en la matrícula del centre és molt significatiu, representant el 41,69% de la matrícula de nou accés i el 42,19% del global.

4. Governança

L'estructura de l'ESCSET es fonamenta en una direcció acadèmica, dos caps d'estudis i coordinadors de titulació. El director és el màxim òrgan de govern unipersonal en l'àmbit acadèmic i la Comissió de Govern i la Junta de Direcció són els òrgans de govern col·legiats. El Claustre és l'òrgan de participació acadèmica que integra els membres de la comunitat universitària de l'Escola. Es disposa de Consells Assessors per a cadascuna de les quatre titulacions formats per persones i entitats rellevants en els àmbits respectius. L'organització i el funcionament del centre es recullen en un Reglament Intern propi.

5. Elements singulars i diferenciadors de l'oferta formativa

L'estratègia de l'ESCSET a l'hora de programar la seva oferta formativa és la configuració de títols amb elements singulars i innovadors que permetin la seva diferenciació dins del sistema, que siguin capaços de generar una demanda pròpia i no depenguin dels excedents de la gran metròpoli. L'esperit és que complementin l'oferta de la UPF en estudis d'empresa, que concordin amb el fet d'estar inserits en un Parc Científic i de la Innovació, que siguin altament professionalitzadors i que aportin valor i esdevinguin motor de creixement econòmic en el territori. És amb aquesta estratègia que tant les titulacions de Grau com la de Màster que actualment s'imparteixen en el centre contenen elements comuns que constitueixen els eixos vertebradors i permeten, conjuntament, singularitzar i identificar la seva oferta. Aquests elements són els següents:

- a) *Formació transversal en Business*: tots els títols contenen un mínim de 60 ECTS amb continguts d'administració i organització d'empreses. L'objectiu és que, malgrat la intensificació curricular en una o altres matèries dels diferents títols, els titulats i titulades del centre tinguin un perfil competencial que els permeti entendre i gestionar els aspectes bàsics de la gestió empresarial.
- b) *Emprenedoria i Innovació*: les capacitats emprenedores, la creativitat i la predisposició en actituds i aptituds per a innovar són objectius i eixos estratègics que estan presents en tots els plans d'estudis, ja sigui a través d'assignatures específiques en empenedoria i innovació, o a través d'altres assignatures on aquestes habilitats són objecte d'avaluació. Val a dir en aquest sentit que més de la meitat dels Treballs Finals de Grau (TFG) realitzats els dos últims anys en els diferents títols són projectes de creació d'empreses o de noves línies de negoci en empreses ja creades. Alguns d'aquests projectes ja són realitats empresarials.
- c) *Professionalització*: tots els Graus de l'ESCSET contenen Pràctiques externes obligatòries amb càrregues entre 12 i 22 ECTS. Això implica que tots els graduats i graduades hauran passat un mínim de 350 hores en una empresa o institució per completar la seva formació teòrica.
- d) *Innovació Docent i Digitalització*: es tracta d'una de les apostes més clares del centre. L'experimentació de noves estratègies docents (Metodologia del cas, *Design Thinking*, *Visual Thinking*, *Puppet Show*, dinamització d'espais col·laboratius digitals, etc.) i de nous espais físics que afavoreixen un format de classe innovador -espai BusinessLab- són algunes de les eines emprades per a millorar la participació dels estudiants i la seva formació pràctica. També és de destacar l'aposta pel perfil digital dels estudiants, fent possible l'adquisició de competències informàtiques i informacionals com a element clau en la seva entrada al món universitari.
- e) *Internacionalització*: Els últims anys s'han establert noves estratègies per tal de millorar la internacionalització del centre i assolir l'objectiu que sigui com a mínim el 5% dels estudiants matriculats que cada any cursin fora una part dels seus estudis. Les estratègies són les següents:
 - i) inclusió d'assignatures d'idiomes en tots els Plans d'Estudis organitzades per nivells;
 - ii) impartició del Grau en AdE i GI en llengua anglesa;
 - iii) creació del servei de Relacions Internacionals i Carreres Professionals a Tecnocampus, que facilita la gestió de la mobilitat, l'establiment de contactes internacionals i la signatura, seguiment i actualització de convenis.

6. Recerca

La Recerca que realitza el professorat de manera individual i en les temàtiques que els hi són pròpies és cada any més elevada, tal com pot veure's en les Memòries anuals d'activitat del centre.

A partir del curs 2015-16, en el marc de la *Normativa per al Reconeixement de Grups de Recerca a Tecnocampus*, a l'ESCSET es configura un únic grup que aglutina a l'entorn de cinc línies la recerca que realitza el professorat doctor o doctorand. El grup es denomina GRAEFES (Grup de Recerca Aplicada a l'entorn Financer, Econòmic i Social), i està format per 13 professors/es doctors amb dedicació permanent al centre, 1 doctor associat, 2 doctorands associats i 1 doctora d'una altra universitat. El Grup també aglutina la Recerca que es fa en el marc de la Càtedra d'Economia Social –Tecnocampus-creada l'any 2015. Les línies de Recerca són: i) Turisme, Habitatge i Transport; ii) Economia Social; iii) Emprenedoria; iv) Finances; v) Logística i Negocis Marítims. A curt termini, és voluntat de l'ESCSET impulsar una nova línia a l'entorn del Màrqueting Digital.

Pel que fa a la producció científica, en els darrers cinc anys el professorat del grup ha publicat 33 articles en revistes indexades, 7 articles en altres journals, ha liderat 3 projectes de Recerca i ha participat en altres projectes liderats per altres universitats.

7. Qualitat

De manera progressiva i des de la implantació dels Graus en el marc de la nova ordenació dels ensenyaments universitaris, la qualitat ha estat sempre un dels objectius estratègics de l'Escola, que s'ha traduït tant en la implementació d'un Sistema de Garantia Interna de la Qualitat (SGIQ) com en la propagació entre la plantilla –tant de PDI com de PAS- d'una "cultura" basada en la transparència, l'avaluació de la feina i el retiment de comptes, elements claus per assegurar aquesta qualitat.

Durant tots aquests anys –des del 2009 fins a l'actualitat- s'han anat desplegant els mecanismes necessaris per assegurar la sistematització dels processos derivats de la docència i els mecanismes per garantir una avaluació acurada i objectiva dels resultats (programa *Docentia*). Alhora, s'han posat en marxa els òrgans participatius de debat i reflexió a l'entorn del que s'està fent i com s'està fent i poder determinar així els punts febles que requereixen de mesures de millora. En aquest sentit, cal destacar els Informes de Seguiment anuals, considerats una de les principals eines de la direcció per a la presa de decisions. Així mateix, els processos d'acreditació, com el que ara afecta el Grau de Màrqueting i CD, es considera una bona oportunitat per a una reflexió encara més aprofundida, i amb l'avantatge que suposa poder disposar d'una visió externa que avalui els resultats sota una altra perspectiva.

8. El Grau de Màrqueting i Comunitats Digitals

Va iniciar-se el curs 2012-13, essent el primer de Catalunya en l'àmbit del Màrqueting que s'oferia en el sistema de preinscripció pública de Catalunya. La demanda per cursar aquests estudis ha anat en augment any a any fins a una estabilització els dos últims cursos, la qual cosa es considera un èxit si es té en compte l'increment de l'oferta en estudis de Màrqueting els últims anys. A partir del curs 2013-14 el centre també ofereix la doble titulació AdE/Màrqueting, amb una demanda encara més elevada que la que hi ha per cursar únicament el Grau i creixent any rere any. Aquesta elevada demanda ha fet que el rati D/O estiguin per sobre d'1 i, en conseqüència, hi ha nota de tall per entrar a ambdós estudis.

El professorat està adscrit als àmbits de coneixement d'Administració d'Empreses, Màrqueting o Comunitats Digitals. El professorat permanent que imparteix docència en el Grau és majoritàriament del primer àmbit per ser, també, el de major representació en la resta del l'oferta del centre i tenir una major antiguitat. Tot just en els dos últims cursos, un cop desplegat tot el Grau, s'està incorporant professorat permanent dels altres dos àmbits, tot i que val a dir que hi ha dificultats per trobar professorat doctor que sigui específicament dels àmbits de Màrqueting o Comunitats Digitals, disciplines fins ara molt secundàries a la universitat.

Al llarg dels processos de seguiment anuals s'han fet pocs canvis en el pla d'estudis i els estudiants s'han mostrat satisfets amb la docència rebuda i el perfil competencial que el centre els ofereix. L'alta inserció laboral –un 79% dels graduats de la primera promoció treballaven abans d'acabar els estudis- és una mostra de l'èxit de l'oferta del Grau. Un dels motius pels quals s'obté aquesta alta inserció és l'obligatorietat de les Pràctiques externes que faciliten als estudiants la seva incorporació al mercat

laboral. Un altre aspecte a destacar és l'alt nombre de Treballs Final de Grau que tenen com a objecte la creació d'una empresa o negoci vinculat al Màrqueting, aspecte que potencia l'Escola mitjançant les activitats d'emprenedoria que cada any s'organitzen i que solen comptar amb una alta participació dels estudiants d'aquest Grau.

Distribució horària

Les classes tant del Grau com de la doble titulació s'imparteixen en horari de tarda. Aquest fet ha estat molt ben valorat pels estudiants, ja que facilita la realització de pràctiques extra-curriculars a partir de segon curs o les curriculars de quart curs. A més a més, facilita la presència de professionals a les aules, ja que és en aquesta franja horària quan aquests professionals tenen més disponibilitat per a la docència.

2. PROCÉS D'ELABORACIÓ DE L'AUTOINFORME

Per a l'elaboració d'aquest autoinforme s'ha seguit el procés per a l'acreditació del SGIQ del centre. Aquest procés, que ja comptava amb millores introduïdes en els processos d'acreditació d'altres titulacions del centre, s'ha revelat molt útil i adequat.

Tal com es contempla en el SGIQ, s'ha nomenat un Comitè d'Acreditació Interna (CAI) presidit per la directora de l'Escola i integrat per les següents persones:

Nom	Càrrec	Col·lectiu
Montserrat Vilalta	Directora del centre	PDI
Àlex Araujo	Coordinador Grau Màrqueting i CD	PDI
Josep Patau	Professor Grau Màrqueting i CD	PDI
Jesús Álvarez	Professor Grau Màrqueting i CD	PDI
Carme Rovira	Responsable SQAI - Tecnocampus	PAS
Antoni Satué	Responsable Qualitat Tecnocampus	PDI
Macarena López	Coordinadora tècnica de la OTQ-UPF	PAS
Ariadna Madrid	Representant estudiants Màrqueting i CD	Estudiant
Marc Cisa	Representant estudiants Màrqueting i CD	Estudiant

El Comitè va establir en la seva primera reunió un calendari de treball i va acordar crear un espai virtual perquè tots els membres tinguessin accés a la documentació. A banda de les reunions del CAI, s'han fet diverses reunions segons grups d'interès (coordinadors/professorat; coordinadors/tècnics; direcció/professorat; etc.).

Paral·lelament, s'ha informat de l'inici i el desenvolupament del procés d'acreditació al personal docent mitjançant el Claustre de professorat. Els estudiants han estat informats a través de la Junta de Direcció, en la qual participen els delegats de cursos. Així mateix, el personal de gestió del centre ha rebut informació i formació tècnica a través de reunions específiques amb el personal tècnic i de gestió de la Oficina Tècnica de Qualitat de la Universitat Pompeu Fabra.

Procés de difusió: En data 30 d'octubre es disposa d'una primera versió completa de l'autoinforme. Aquest autoinforme s'ha exposat públicament a la comunitat universitària i als grups d'interès entre els dies 3 i 15 de novembre de 2017, des de l'apartat web de Qualitat de l'Escola. S'ha difós informació sobre el procés i accés a la informació de l'Autoinforme mitjançant correus electrònics específics per a PDI i estudiants, informació als estudiants a través del butlletí informatiu mensual dels estudiants i una notícia a la web. A través d'aquest canal també s'ha obert la possibilitat d'enviar aportacions al pla de millora.

Posteriorment, en data 17 de novembre de 2017, es presenta l'Autoinforme tant a la Comissió de Qualitat de l'Escola per al seu coneixement i debat, com el CAI, per a la seva aprovació. El CAI ha tingut en compte les propostes rebudes i les ha incorporat al pla de millora, donant per acabat l'Autoinforme.

Finalment, l'autoinforme és elevat als òrgans de govern de l'Escola per a la seva aprovació. S'han seguit les indicacions del procés del Sistema de Garantia de la Qualitat, E1.7 Acreditar els títols de Grau i Màsters universitaris: garantir la qualitat dels programes formatius.

En resum, el CAI s'ha reunit 4 vegades abans de tancar el document final de l'Autoinforme:

2/3/2017: Constitució del CAI. Presentació del procés. Distribució de tasques.

21/9/2017: Debat i aprovació 1ª versió Autoinforme

30/10/2017: Debat i aprovació 2ª versió Autoinforme

17/11/2017: Debat i aprovació versió final Autoinforme (amb els suggeriments de l'exposició pública)

Cal ressaltar la gran implicació de tots els membres del CAI en el desenvolupament d'aquest procés que es valora com a adequat per poder presentar el present Autoinforme. Durant els quatre anys de desplegament de la titulació objecte d'acreditació, a l'Escola s'ha realitzat un Informe de Seguiment anual que recull els principals indicadors d'activitat docent, les anàlisis i valoracions de la direcció, la detecció de punts forts i febles i una relació de propostes de millora. Fruit d'aquests seguiments han sorgit propostes de modificació del Pla d'Estudis que han ajudat a solucionar mancances i/o disfuncions observades al llarg de cada curs. El procés d'acreditació ha servit per analitzar i reflexionar sobre el funcionament de les titulacions amb una visió més global que abasta tot aquest període, tenint presents els informes de seguiment anuals però donant més significació i rellevància a les anàlisis globals (idoneïtat del títol, adequació del perfil competencial dels graduats i graduades, satisfacció en termes generals i anàlisi de tendències) i aportar propostes de millora. S'ha prestat especial atenció a l'anàlisi de l'acompliment dels plans de millora anuals i a la detecció d'aspectes que es repetien amb regularitat per poder prioritzar les solucions.

L'àmplia representació dels diversos grups d'interès en el si del CAI també ha permès abordar les propostes des de diferents punts de vista, enriquint les solucions aportades. Si bé és cert que al llarg de cada curs ja hi ha mecanismes fluids de comunicació i coordinació, la realització de l'autoinforme en un període concret i amb tasques i responsabilitats compartides entre els diferents agents que hi han intervingut, ha permès una dedicació més compromesa i intensiva de tots aquests agents.

Veure evidències del procés d'elaboració de l'autoinforme

3. VALORACIÓ DE L'ASSOLIMENT DELS ESTÀNDARDS D'ACREDITACIÓ

Estàndard 1: Qualitat del programa formatiu

1.1. El perfil de competències de la titulació és consistent amb els requisits de la disciplina i amb el nivell formatiu del MECES.

La titulació que es presenta a acreditació va ser degudament presentada a AQU Catalunya, segons indica el SGIQ del Centre i d'acord al que indica el Reial decret 1393/2007 i el Reial Decret 861/2010 on s'estableix la regulació dels ensenyaments universitaris oficials .

La titulació presentada va obtenir una resolució favorable per part de l'Agència per a la Qualitat Universitària del Sistema Universitari de Catalunya (AQU) i conseqüentment, totes les memòries han estat avaluades d'acord amb el que estableix l'article 35.2 de la Llei Orgànica 6/2001, modificada per la Llei 4/2007, d'Universitats.

El perfil de competències del títol que és presenta a acreditació ha sigut avaluat com a consistent amb els requisits de la disciplina i amb el nivell formatiu del MECES.

Segons l'Avaluació de la Sol·licitud de verificació de títol oficial del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals a acreditar, duta a terme per l'Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU), el perfil de formació (redactat en competències) del pla d'estudis és adequat, tant pel que fa a la seva formulació, com a l'estructura, contingut i nivell acadèmic.

[Veure evidències subestàndard 1.1](#)

1.2. El pla d'estudis i l'estructura del currículum són coherents amb el perfil de competències i amb els objectius de la titulació.

Tal com s'ha dit en el punt anterior, el títol que es presenta a acreditació té correctament verificada la memòria, en la qual han estat aprovats el pla d'estudis i l'estructura del currículum. En l'informe de verificació, la Comissió avaluadora va indicar unes recomanacions a tenir en compte en el desplegament del títol que han estat objecte de seguiment.

A partir del curs 2013-14, l'ESCSET va organitzar una simultaneïtat d'estudis entre els Graus d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació i Màrqueting i Comunitats Digitals que s'ofereix en forma de doble titulació en l'oferta del centre (en endavant, AdE/Màrqueting). En la modificació de la Memòria recentment aprovada, ja s'especifica la possibilitat d'accés al Grau també a partir d'aquesta doble titulació

Els estudiants que cursen la doble titulació matriculen 480 crèdits (240 de cada titulació), que són els que completaran els corresponents expedients acadèmics per a l'obtenció dels títols respectius. El doble Grau s'estructura amb totes les assignatures dels dos Graus, però s'estableixen entre elles les anomenades "assignatures anàlogues", coincidents en crèdits, continguts i amb les mateixes competències associades i, fins i tot, algunes amb idèntica denominació. D'aquestes assignatures, l'estudiant en cursa només una, malgrat que formalment les ha matriculat totes dues. Aquesta explicació es resumeix en un quadre mitjançant el qual l'estudiant pot veure aquestes assignatures, les que cursa de cada titulació així com el nombre total de crèdits cursats d'una o altra titulació. En el cas de la doble titulació AdE/Màrqueting, el quadre resultant s'adjunta com a evidència.

Al llarg dels anys en què s'han desplegat els quatre cursos del Grau de Màrqueting i Comunitats Digitals, l'ESCSET, a través dels mecanismes de coordinació establerts, ha dut a terme un seguiment i avaluació dels plans docents i dels resultats obtinguts a través de diversos indicadors per tal de valorar si el Pla d'Estudis aprovat s'adequava efectivament als objectius pretesos.

Com a conseqüència d'aquests processos de seguiment, recollits en els Informes de Seguiment anuals de la titulació, es va considerar necessari introduir modificacions que milloren substancialment la proposta inicial, encara que en cap cas s'hagi modificat el perfil competencial dels titulats. Les modificacions van ser aprovades per la Universitat Pompeu Fabra i posades en coneixement de l'agència de qualitat AQU-Catalunya. En la recent modificació de la Memòria, aquests canvis han estat degudament recollits.

Es relacionen a continuació els canvis realitzats i la seva justificació:

Modificacions introduïdes en els processos de seguiment anteriors

I) Acord de la Comissió d'Ordenació Acadèmica de la UPF de 12 desembre 2014

Justificació: ja en el primer any, els estudiants d'aquest Grau van manifestar trobar a faltar més crèdits d'idiomes que els establerts en el Pla d'Estudis i van demanar de manera reiterada que fossin ampliat els crèdits obligatoris d'aquesta matèria. Aquesta sol·licitud es va veure reforçada quan a partir del curs 2015-16 s'exigeix el nivell B.2 d'anglès per a l'obtenció del títol. És per això que la Unitat de Coordinació Docent, òrgan responsable del seguiment del Grau, va considerar oportú tenir en compte aquesta reiterada demanda i sol·licitar una modificació del Pla d'Estudis que consistia a augmentar de 8 a 12 els crèdits obligatoris d'Idiomes –es va proposar, també, canviar la denominació d'*Anglès Comercial* per la de *Llengua Estrangera*- distribuïts en dues assignatures anuals els dos primers cursos. Aquest canvi va suposar reduir 4 ECTS obligatoris que afectava a la matèria Pràctiques Obligatòries (que va passar de 14 a 12 ECTS) i a una assignatura obligatòria de la matèria Administració d'Empreses (que va passar de 6 a 4 ECTS). Aquestes modificacions en van implicar d'altres en l'ordenació temporal d'algunes assignatures per tal de donar homogeneïtat a la distribució de crèdits per curs.

Aquestes modificacions no suposaven un canvi en la naturalesa i els objectius del títol. Aquesta modificació és d'aplicació des del curs 2015-2016.

La valoració que se'n fa d'aquesta modificació es altament positiva si ens atenem als resultats obtinguts pel que fa al coneixement d'idiomes dels estudiants del Grau (veure punt 6.1.).

II) Acord de la Comissió d'Ordenació Acadèmica de la UPF de 27 de març de 2015

Justificació: En la Memòria inicial es preveia que les assignatures optatives havien de ser de 5 crèdits. La modificació aprovada va permetre que aquestes assignatures podessin ser de 4, 5 o 6 ECTS

Aquesta modificació no suposava un canvi en la naturalesa i els objectius del títol. Aquesta modificació és d'aplicació des del curs 2015-2016.

El motiu del canvi era poder ampliar de manera més efectiva l'oferta d'optativitat en el Grau de Màrqueting i CD. En efecte, en la Memòria de Màrqueting es preveia que qualsevol assignatura del Grau d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació podia ser optativa del Grau de Màrqueting, però això tenia una limitació degut al nombre de crèdits, ja que totes les assignatures del Grau d'AdE i GI –excepte les optatives- són de 4 o 6 ECTS.

Modificacions proposades abans del procés d'acreditació que han estat informades favorablement per AQU-Catalunya en data 20-10-2017 per a ser implementades el curs 2018-19:

Aportem a les evidències d'aquest subestàndard, l'informe AQU d'aprovació de les modificacions.

Aprofitant el procés d'acreditació, s'ha proposat una nova modificació de la Memòria que sí que implica canvis en el Pla d'Estudis i al format i redactat del document, però sense afectar el perfil competencial dels titulats i titulades. Aportem com a evidència, la descripció completa i detallada dels canvis aprovats en aquesta modificació i de la seva justificació, incloent una taula resum que indica les modificacions en cadascun dels apartats de la Memòria.

De manera resumida, els principals canvis són els següents:

Incorporació d'una nova matèria: Analítica Aplicada

Fruit de diversos estudis sobre l'evolució dels perfils professionals vinculats al màrqueting duts a terme des de la posada en funcionament del Grau, s'ha detectat una creixent necessitat en el mercat laboral de persones amb coneixements i habilitats en l'anàlisi de dades. D'altra banda, els mateixos estudiants del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals han manifestat de manera reiterada durant els dos últims anys que troben a faltar en el Pla d'Estudis més continguts en tècniques analítiques.

És per això que, per adequar el Pla d'Estudis a les noves demandes i necessitats que estan sorgint en l'àrea del màrqueting, es va plantejar una modificació de la Memòria del Grau incorporant la nova matèria "Analítica Aplicada", configurada a partir d'assignatures que ja s'imparteixen actualment però vinculades a altres matèries, i incorporant dues assignatures noves.

Aquest canvi no implica canvis substancials en les competències específiques del títol, ja que en les actuals ja es contemplen les vinculades a aquesta nova matèria. Es tracta únicament d'intensificar els continguts i incrementar els resultats d'aprenentatge de l'estudiant en el coneixement, l'ús i domini de tècniques analítiques aplicades al Màrqueting. Això implica eliminar algunes assignatures obligatòries que poden passar a optatives o bé incorporar els principals continguts d'aquelles en altres assignatures obligatòries.

Actualització de continguts i denominacions d'assignatures

Després de veure un cicle sencer del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals amb la sortida de la primera promoció, s'han detectat algunes mancances de continguts que fins ara s'han treballat des d'assignatures optatives que ara es vol esmenar incorporant-los al pla de estudis com a assignatures obligatòries. En la mateixa línia, també s'ha detectat la necessitat de canviar la denominació d'algunes assignatures per adequar-la més als continguts, sempre en constant evolució dins d'una disciplina tan dinàmica com és la de Màrqueting.

Places, accés i indicadors de la titulació

Es revisen aspectes com les vies d'accés (permetent l'accés a partir de la doble titulació AdE i GI/ Màrqueting i CD), les places, el professorat i els valors dels indicadors de la titulació: la taxa d'abandonament i la taxa de graduació, per ajustar-les més als resultats reals que s'obtenen en aquesta titulació i en el conjunt de titulacions del centre.

Millora i actualització dels redactats i homogeneïtzació amb les Memòries dels altres Graus del centre
S'han introduït a la Memòria els canvis aprovats en les anteriors modificacions i s'han modificat altres apartats per donar una major homogeneïtat entre la Memòria d'aquest Grau amb les dels altres Graus que s'imparteixen al centre, tant en la seva estructura com en els aspectes directament vinculats a la docència: activitats formatives, metodologies docents i sistemes d'avaluació.

També s'han revisat altres aspectes que havien de ser actualitzats, d'una banda el de la Normativa a què es fa referència en diferents apartats, actualitzant la que havia deixat de ser vigent i remetent mitjançant links o especificant aquella que l'ha substituït; d'altra banda l'apartat de professorat, amb una descripció de la plantilla actual indicant detalladament els principals indicadors de doctors i doctors acreditats i, finalment, una actualització de l'apartat d'infraestructures i serveis.

Perspectiva de gènere en la impartició de la titulació

La Fundació Tecnocampus disposa d'un Pla d'igualtat de gènere que planteja un seguit d'accions amb l'objectiu d'incorporar la perspectiva de gènere en totes les activitats de la institució, fonamentalment en la docència i en la investigació, però també en la promoció acadèmica, en la presència en els òrgans de govern i de gestió, i en la conciliació de la vida laboral i professional.

A l'ESCSET es procura una distribució equilibrada dels dos sexes en la composició de la plantilla i en els seus òrgans de govern i, també, entre els conferenciants i professorat visitant que participen a les aules. D'altra banda, a Tecnocampus s'organitzen cada any diversos actes de conscienciació sobre les desigualtats i la violència contra les dones coincidint en dates assenyalades, com ara el dia internacional de les dones (8 de març) o el dia contra la violència masclista (25 de novembre). L'ESCSET contribueix a aquestes celebracions amb l'organització d'una conferència anual sobre alguna temàtica relacionada amb el paper de les dones en la societat i en el món de l'economia i l'empresa en particular, com la impartida el 8 de març del 2017 per la Dra. Carmen Sarasúa de la UAB sobre "L'Economia feminista: entendre la desigualtat per construir la igualtat".

Cal assenyalar, també, que Tecnocampus ha entrat a forma part de la Comissió d'Igualtat de la UPF per treballar conjuntament en les polítiques d'igualtat i en l'organització d'actes que la fomentin. En el marc d'aquesta comissió, Tecnocampus s'ha compromès a tenir enllestit abans de juliol de 2018 el document "Indicadors d'Igualtat" i, prenent-lo com a base, la revisió i actualització del Pla d'igualtat de la institució. Amb aquestes finalitats, es va constituir una comissió interna formada per PDI, PAS i estudiants i amb representació de la direcció i del comitè d'empresa.

Cal esmentar finalment que des d'aquest curs es contemplen els anomenats crèdits PACS (programa d'Acció de Compromís Social) que poden obtenir els estudiants que s'impliquin i treballin en temes o aspectes d'abast social, com ara el de la igualtat de gènere.

Veure evidències subestàndard 1.2

1.3. Els estudiants admesos tenen el perfil d'ingrés adequat per a la titulació i el seu nombre és coherent amb el nombre de places ofertes.

Tal com s'ha esmentat en el punt anterior, a partir del curs 2013-14 l'ESCSET ofereix, a més a més del Grau, la doble titulació Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació / Màrqueting i Comunitats Digitals. Això va comportar una redistribució de les places contemplades en la Memòria de verificació, en la qual es preveien 80 places per al Grau de Màrqueting i CD en modalitat presencial i, a partir del segon any d'implantació, 40 places per a la impartició del Grau en modalitat semi-presencial. Això no obstant, un cop implantat el Grau, els estudis de mercat realitzats van desaconsellar la implantació d'aquesta modalitat semi-presencial i, en canvi, es va constatar la demanda per cursar estudis simultanis de Màrqueting i Administració d'Empreses. És per això que es va substituir l'opció de la semi-presencialitat per la de la doble titulació, amb una distribució de places de 65 per al Grau de Màrqueting i CD i de 55 per a la doble titulació AdE/Màrqueting, mantenint, doncs, les 120 places previstes en la Memòria. Aquesta modificació ja ha estat introduïda en la Memòria recentment aprovada per AQU.

S'exposen a continuació els principals indicadors d'accés al Grau i a la doble titulació AdE/ Màrqueting, tant de demanda com de matrícula, així com dades descriptives i qualitatives dels estudiants que han accedit a l'ESCSET el curs 2017-18. S'inclouen dades dels anys anteriors per tal de poder fer una anàlisi evolutiva dels resultats assolits.

1.3.1. Demanda

La següent taula mostra l'evolució de l'oferta (O), la demanda (D) i els ratis Demanda/Oferta (D/O). S'entén per demanda el nombre d'estudiants que han sol·licitat estudiar aquestes titulacions en primera opció en la preinscripció de juny.

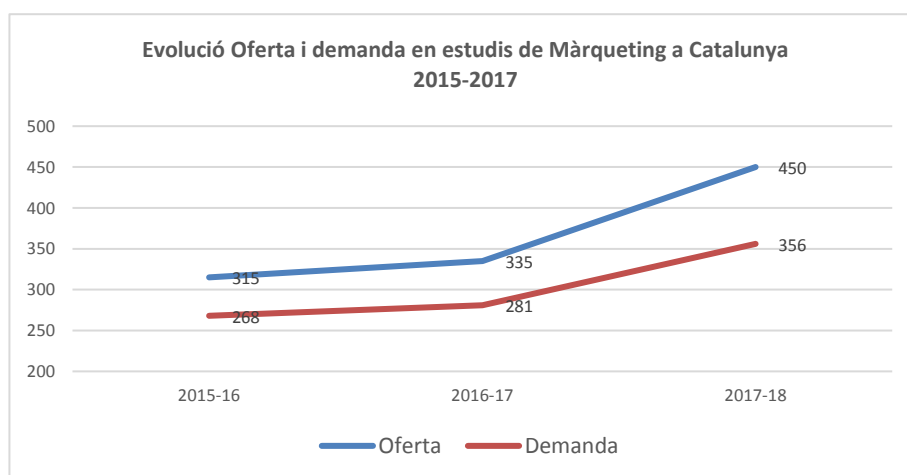
Per tal de poder avaluar l'evolució d'aquests ratis, s'incorpora una taula amb l'evolució de la demanda i l'oferta d'aquests estudis a Catalunya.

Dades evolutives Oferta (O), Demanda (D) i D/O			
		Màrqueting i CD	Ade/Màrqueting
Curs 2012-13	Demanda	49	-
	Oferta	80	-
	D/O	0,61	-
Curs 2013-14	Demanda	50	40
	Oferta	70	40
	D/O	0,71	1,00
Curs 2014-15	Demanda	62	64
	Oferta	70	40
	D/O	0,89	1,60
Curs 2015-16	Demanda	80	77
	Oferta	65	50
	D/O	1,23	1,54

Curs 2016-17	Demanda	76	77
	Oferta	65	50
	D/O	1,17	1,54
Curs 2017-18	Demanda	69	72
	Oferta	65	55
	D/O	1,06	1,31

Estudi comparatiu Nota de tall i D/O entre titulacions afins.													
(Resultats de la primera preinscripció de Juny – Sol·licitants*)													
Univ	Estudi	2015				2016				2017			
		Nota de tall	Oferta (O)	Demanda 1a Opció (D)	D/O	Nota de tall	Oferta (O)	Demanda 1a Opció (D)	D/O	Nota de tall	Oferta (O)	Demanda 1a Opció (D)	D/O
UPF	Màrqueting i CD / Adm. d'empreses i gestió de la innovació	7,530	50	77	1,54	8,034	50	77	1,54	8,20	55	72	1,31
UPF	Màrqueting i comunitats digitals	5,968	65	80	1,23	6,364	65	76	1,17	6,624	65	69	1,06
UdG	Màrqueting "Mediterrani"	5,000	60	56	0,93	5,000	60	56	0,93	5,000	60	47	0,78
UdG	Màrqueting/ Turisme	-	-	-	-	6,976	10	15	1,50	7,210	10	20	2,00
UPC	Màrqueting i comunicació digital "EUNCET"	5,000	60	42	0,70	5,000	60	38	0,63	5,734	70	68	0,97
UVic	Màrqueting i comunicació empresarial	5,000	40	12	0,30	5,000	50	16	0,32	5,000	50	11	0,22
UPC	Màrqueting i comunicació digital "EUNCET" (semipres.)	5,000	40	1	0,02	5,000	40	3	0,07	5,000	40	6	0,15
UPC	Màrqueting i comunicació digital "EAE"	-	-	-	-	-	-	-	-	5,370	40	38	0,95
URV	Màrqueting "ESIC"	-	-	-	-	-	-	-	-	5,000	60	25	0,42
Total			315	268	0,850		335	281	0,818		450	356	0,791

*Estadística oficina de preinscripció. Fitxa 5: Sol·licitants



Valoracions Demanda

Màrqueting i CD	Tot i que ha baixat respecte del curs anterior (un 9,21% menys), la demanda es manté molt elevada, amb un rati D/O d'1,06. Un bon resultat si es té en compte l'augment de l'oferta d'aquests estudis a Catalunya que no es correspon amb un augment equivalent de demanda. També cal fer notar que la nota de tall ha anat augmentant any rere any (un 6,624 aquest curs), és a dir, el centre manté la demanda més elevada i, a més a més, capta els millors estudiants
AdE/ Màrqueting	Igualment com en el cas de Màrqueting i CD, la demanda ha baixat respecte del curs anterior (un 6,5% menys), però la nota de tall per entrar a aquests estudis ha augmentat (un 8,200 aquest curs). El rati D/O és de 1,31, essent el més alt de Catalunya. Encara de manera més pronunciada que en el cas de Màrqueting, el centre capta en aquesta doble titulació els millors estudiants d'entre els que opten per aquests estudis a Catalunya.

Quotes de mercat

Si es consideren els sol·licitants en primera opció en la preinscripció de Juny ("demanda neta") respecte del total de sol·licitants a Catalunya en estudis homòlegs, podem considerar la "quota de mercat" d'aquests estudis. En la taula següent es mostren les quotes corresponents als últims anys.

Estudis de Màrqueting	Sol·licitants Catalunya	Sol·licitants ESCSET	Oferta Catalunya	Oferta ESCSET	Percentatge Oferta	Quota de mercat (% Sol·licitants)
Curs 2012-13	53	49	130	80	61,54%	92,45%
Curs 2013-14	114	90	220	110	50,00%	78,95%
Curs 2014-15	196	126	220	110	50,00%	64,28%
Curs 2015-16	268	157	315	115	36,50%	58,58%
Curs 2016-17	281	153	335	115	34,33%	54,45%
Curs 2017-18	356	141	450	120	26,67%	39,61%

Valoracions quota de mercat

Òbviament, l'augment d'oferta ha fet perdre quota de mercat. Actualment la quota de l'ESCSET és només d'un 39,61%. No obstant això, la lectura és molt positiva si tenim en compte que malgrat representar només un 26,67% de l'oferta, manté un 39,61% de la demanda global.

1.3.2. Matrícula de nou accés

1.3.2.1 Nombre d'estudiants de nou accés matriculats

La següent taula mostra la matrícula de nou accés un cop tancats tots els processos de preinscripció universitària així com les dades evolutives de matrícula i dels ratis Matrícula/Oferta (M/O).

Matrícula nou accés							
Estudi	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	
Màrqueting i CD	75	68	89	79	71	73	
AdE/ Màrqueting	-	51	62	60	62	61	
Total	75	119	151	139	133	134	

Dades evolutives Oferta (O), Matrícula (M) i M/O																		
	2012-13			2013-14			2014-15			2015-16			2016-17			2017-18		
	M	O	M/O	M	O	M/O	M	O	M/O	M	O	M/O	M	O	M/O	M	O	M/O
Màrqueting i CD	75	80	0,94	68	70	0,97	89	70	1,27	79	65	1,22	71	65	1,09	73	65	1,12
AdE/Màrqueting	-	-	-	51	40	1,27	62	40	1,55	60	50	1,20	62	50	1,24	61	55	1,11

Valoracions Matrícula nou accés

S'assoleixen un molts bons resultats, en concordança amb la demanda, i el curs 2017-18 resten persones en llista d'espera en ambdues ofertes.

1.3.2.2. Matrícula en primera preferència

La següent taula mostra la matrícula en primera preferència en els dos processos de preinscripció universitària, juny i setembre, i els resultats comparatius amb els dels dos cursos anteriors sense tenir en compte les vies d'accés:

Matrícula en primera preferència tres últims cursos									
Estudis	Curs 2015-16			Curs 2016-17			Curs 2017-18		
	Juny	Set.	Total	Juny	Set.	Total	Juny	Set.	Total
Màrqueting i CD	92,41%	1,27%	93,67%	90,14%	-	90,14%	90,41%	-	90,41%
AdE/Màrqueting	95,52%	-	95,52%	91,94%	-	91,94%	96,72%	-	96,72%

Valoracions Matrícula en primera preferència

Més del 90% en el Grau i prop del 96% en la doble titulació són estudiants que han escollit els estudis en primera preferència al juny. No obstant, la dada no és massa significativa, atès que en ambdues ofertes han quedat estudiants fora que havien sol·licitat aquests estudis en primera preferència però no han pogut entrar per nota de tall.

1.3.2.3. Vies d'accés

La taula següent mostra les vies d'accés per estudis amb dades evolutives dels cinc últims anys. Es consideren les vies de Batxillerat i CFGS i, dins de l'epígraf Altres, s'inclouen els majors de 25 anys, els d'accés directe per reconeixement de 30 ECTS, titulats i estudiants amb estudis universitaris ja iniciats. Dins d'aquesta via no s'inclouen els canvis interns, és a dir, els dels estudiants de l'ESCSET que es passen d'una titulació a una altra dins del mateix centre.

Així mateix, cal fer constar que l'ESCSET s'acull al sistema públic de preinscripció universitària de Catalunya, la qual cosa implica l'acceptació de l'ordre establert en les assignacions per nota d'accés independentment de si els estudiants provenen de Batxillerat o CFGS i, dins d'aquests, del tipus de batxillerat o família de CFGS cursat, és a dir, el centre no té potestat d'escollir els estudiants admesos. També cal remarcar que per a l'accés als Graus mai s'han establert a Catalunya complements formatius per a aquells estudiants que han accedit als estudis de Grau sense tenir potser la procedència més idònia. Tot i això, no s'han detectat mai problemes amb aquests estudiants per seguir de manera adequada els estudis i assolir les competències i resultats d'aprenentatge previstos.

Vies d'accés per estudis				
Màrqueting i Comunitats Digitals				
Curs	Estudiants	PAU	CFGS	Altres
2012-13	75	54,67%	45,33%	-
2013-14	68	64,71%	35,29%	0,00%
2014-15	89	55,06%	43,82%	1,12%
2015-16	79	46,84%	49,37%	3,8%
2016-17	71	78,87%	16,90%	4,23%
2017-18	73	58,90%	32,88%	8,22%
Doble Grau Adm. d'Empreses i Gestió de la Innovació / Màrqueting i Comunitats Digitals				
Curs	Estudiants	PAU	CFGS	Altres
2013-14	51	76,47%	23,53%	-
2014-15	62	80,64%	17,74%	1,61%
2015-16	60	68,85%	26,23%	4,92%

2016-17	62	90,32%	6,45%	3,23%
2017-18	61	88,52%	6,56%	4,92%

La següent taula mostra informació més detallada dels tipus de batxillerat o CFGS cursats pels estudiants de nou accés el curs 2017-18 (s'inclouen els estudis previs de batxillerat o CFGS dels provinents de les anomenades "altres vies"):

Procedència via d'accés	Màrqueting i CD	AdE/Màrqueting
Batxillerat		
Humanitats i Ciències Socials	41 (56,16%)	52 (85,24%)
Ciències i Tecnologia	3 (4,10%)	5 (8,20%)
Arts Plàstiques	3 (4,10%)	-
Cicle Formatiu de Grau Superior		
Gestió de Vendes i Espais Comercials	9 (12,33%)	-
Màrqueting i Publicitat	6 (8,22%)	1 (1,64%)
Administració i Finances	4 (5,48%)	3 (4,92%)
Gestió Comercial i Màrqueting	2 (2,74%)	-
Comerç Internacional	2 (2,74%)	-
Animació Activitats Físiques i Esportives	1 (1,37%)	-
Desenvolupament d'Aplicacions web	1 (1,37%)	-
Realització de projectes Audiovisuals i Espectacles	1 (1,37%)	-
Total	73	61

Valoracions Vies d'accés

Màrqueting i CD	<p>Els estudiants de CFGS han crescut respecte del curs anterior en què s'havia produït una forta davallada. També és de destacar l'augment dels provinents d'altres vies que superen el 8%. A grans trets, es pot dir que els estudiants de Batxillerat suposen el 60% i el 40% són de CFGS o d'altres vies, la qual cosa es considera una distribució equilibrada tenint en compte la distribució d'aquests col·lectius en l'accés general als estudis universitaris.</p> <p>Si es té en compte el tipus de batxillerat o CFGS d'on provenen, s'observa que el 87,67% (64 estudiants) han cursat estudis adequats per accedir a aquest Grau, la qual cosa implica una gran homogeneïtat que facilita la consecució dels resultats d'aprenentatge previstos. Dels 9 estudiants restants, 3 provenen del batxillerat de Ciències i Tecnologia, amb un perfil fàcilment adaptable a aquest tipus d'estudis, altres 5 han cursat estudis vinculats a les arts plàstiques o audiovisuals o en desenvolupament de pàgines web, amb coneixements i preparació suficients per adaptar-se també a aquest Grau, i només 1 prové del CFGS en activitats Físiques i Esportives, uns estudis més allunyats dels pròpiament vinculats amb l'empresa o el Màrqueting en particular. No obstant, el rendiment d'aquests estudiants no difereix de la resta i de moment no s'han detectat problemes perquè puguin assolir els mateixos resultats d'aprenentatge i competències.</p>
AdE/Màrqueting	<p>Els estudiants provinents de CFGS es mantenen en els mateixos nivells baixos del curs passat: dels 61 estudiants matriculats aquest curs, 54 són de Batxillerat i només 4 de CFGS. Els estudiants provinents d'altres vies es mantenen com el curs passat (3 estudiants).</p> <p>Pel que fa al tipus de batxillerat o CFGS cursat, hi ha fins i tot una major homogeneïtat que en el Grau. Només 5 dels 61 matriculats han cursat un tipus de batxillerat, el de Ciències i Tecnologia, que podria resultar a priori no tan adequat, però els resultats d'aprenentatge d'aquests no difereixen de la resta.</p>
Global	<p>Dels 134 matriculats al Grau en Màrqueting i CD o a la Doble titulació AdE/Màrqueting, 93 (un 69,4%) provenen del batxillerat en Humanitats i Ciències Socials, 27 (un 20,15%) provenen de CFGS de famílies vinculades a estudis</p>

d'Empresa o de Màrqueting, Vendes o Comerç, i només 14 (un 10,44%) provenen d'estudis previs no directament relacionats amb els estudis que cursaran (altres batxillerats o famílies de CFGS no afins).

No obstant això, es considera necessari fer un seguiment especial dels estudiants de nou accés que, tot i complir amb els requisits legals per a la seva admissió, provinguin d'estudis previs no totalment concordants amb el Grau al qual volen accedir. És per això que s'incorpora una acció en aquest sentit en el Pla de Millores.

1.3.2.4. Nota d'accés

Els resultats del curs 2017-18 pel que fa a les notes d'accés són els següents:

Notes de tall, notes mitjanes i distribució per intervals					
Estudis	Nota de tall	Notes Mitjanes	Intervals nota d'accés		
			De 5 a 6,99	De 7 a 8,99	≥ 9
Màrqueting i CD	6,624	7,989	21,92%	58,90%	19,18%
AdE/Màrqueting	8,200	9,494	0,00%	39,34%	60,66%

Per comparar amb els anys anteriors, considerarem només els percentatges d'estudiants que han accedit als estudis amb nota igual o superior a 9:

Estudi	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18
	Nota ≥ 9	Nota ≥ 9	Nota ≥ 9	Nota ≥ 9
Màrqueting i CD	11,36%	8,86%	11,76%	19,18%
AdE /Màrqueting	18,03%	35,00%	46,67%	60,66%

Valoracions Nota d'accés

Màrqueting i CD
Hi ha hagut una millora considerable en el perfil d'accés, tal com s'esmentava en l'anàlisi de demanda. Aquest curs, el 78% dels estudiants tenen una nota d'accés superior a 7 (un augment superior a 16 punts percentuals respecte del curs anterior). A destacar, també, que el 20% dels estudiants han accedit amb una nota superior a 9 i que la nota mitjana és de gairebé 8. Tenint en compte l'augment de l'oferta i els resultats de les assignacions a Catalunya en aquests estudis, podem afirmar amb satisfacció que l'ESCSET capta els millors estudiants.

AdE/Màrqueting
La nota de tall per entrar a aquests estudis ha estat superior a 8 i destaca que més d'un 60% (37 dels 61 estudiants) tenen una nota d'accés superior a 9. És a dir, el perfil d'aquests estudiants es manté molt alt i fins i tot millora d'un curs a l'altre.

1.3.2.5. Distribució per sexe (nou accés)

La taula següent mostra la distribució per sexe dels estudiants que han accedit a aquests estudis el curs 2017-18 i les dades dels dos cursos anteriors per a fer-ne una anàlisi comparativa:

Distribució per sexe estudiants de nou accés						
	Curs 2015-16		Curs 2016-17		Curs 2017-18	
	Dones	Homes	Dones	Homes	Dones	Homes
Màrqueting i CD	30,38%	69,62%	50,70%	49,30%	45,21%	54,79%
Doble Grau ADE/Màrqueting	46,3%	53,7%	58,10%	41,90%	63,93%	36,07%

Valoracions Distribució per sexe estudiants de nou accés

Màrqueting i CD	Es torna a donar una situació de força equilibri entre sexes tot i que aquest curs es trenca a favor dels homes l'equilibri gairebé perfecte de l'any anterior: un 45% de dones i un 55% d'homes.
AdE/Màrqueting	Augmenta de manera significativa la presència de dones en aquests estudis. Els percentatges de dones han anat augmentat any rere any: un 46% de dones fa dos cursos, un 58% el curs passat i, aquest curs, ja representen gairebé el 64%. Tal com assenyalàvem en els informes de seguiment, s'està produint una feminització cada vegada més significativa d'aquests estudis.

1.3.2.6. Procedència geogràfica per comarques

La taula següent mostra la distribució geogràfica dels estudiants de nou accés:

Procedència geogràfica curs 2017-18														
	Maresme		Barcelonès		Vallès Orient.		Vallès Occid.		Baix Llobregat		Altres comarques		Fora Catalunya	
Màrqueting i CD	27	36,98%	18	24,66%	12	16,44%	2	2,74%	1	1,37%	9	12,33%	4	5,48%
AdE/Màrqueting	19	31,14%	16	26,23%	9	14,75%	2	3,28%	4	6,56%	7	11,48%	4	6,56%
Total	46	34,33%	34	25,37%	21	15,67%	4	2,99%	5	3,73%	16	11,94%	8	5,97%

Valoracions Procedència geogràfica estudiants de nou accés

Màrqueting i CD	Els estudiants del Maresme gairebé el 37%, percentatge lleugerament superior al del curs passat que era només del 34%. La distribució de les altres procedències segueixen percentatges molt semblants i confirmen la major diversificació en aquests estudis pel que fa a la procedència geogràfica que ja va començar a constatar-se el curs anterior. Destaca un any més la presència d'estudiants procedents de comarques allunyades o de fora de Catalunya, que aquest curs representen gairebé el 18%.
AdE/Màrqueting	Només el 31% dels estudiants són del Maresme. Les comarques del Maresme, Barcelonès i Vallès Oriental, és a dir, les comarques considerades zona d'influència, aporten el 72% dels estudiants, xifra molt superior al 62% que es donava el curs anterior. També han baixat significativament els estudiants que provenen de comarques allunyades o de fora de Catalunya, que enguany representen poc més del 18% quan el curs anterior representaven gairebé el 26% dels estudiants de nou accés. És a dir, aquest any s'ha captat més estudiants "locals" que el curs anterior, cosa força lògica si tenim en compte que l'augment de l'oferta d'estudis de Màrqueting s'ha produït a Barcelona, lloc més atractiu per als estudiants forans.

1.3.2.7. Procedència segons titularitat del centre de secundària

La taula següent mostra la procedència dels estudiants de nou accés segons la titularitat pública o privada del centre de secundària de procedència:

Procedència segons titularitat del centre de secundària (curs 17/18)				
Estudi	Centre privat	Centre públic	Centre concertat	No definit
Màrqueting i CD	10	31	17	15
AdE/Màrqueting	21	23	13	4
Total	31 (23,13%)	54 (40,30%)	30 (22,39%)	19 (14,18%)

Valoracions Procedència segons titularitat del centre de secundària

El 45,5% dels estudiants provenen de centres privats, ja siguin concertats o no, mentre que el 40,3% vénen de centres públics, percentatges molt semblants al del curs anterior, que eren del 44,6% i el

38,8% respectivament. La proporció més alta d'estudiants del centre que provenen de centres estrictament privats es dona a AdE/Màrqueting.

Es consideren uns resultats força ajustats a la normalitat tenint en compte la distribució a Catalunya entre centres públics, privats i privats concertats. Segurament el fet que la matrícula sigui a preu privat, fa que el nombre d'estudiants que provenen de centres privats o privats concertats sigui més gran que el que correspondria a la distribució d'aquests centres en percentatges. Pel que fa al Batxillerat, el percentatge de centres privats concertats representen poc més del 13,4% de l'oferta pública de Catalunya (75 de 557), mentre que a l'ESCSET, els estudiants de centres privats concertats representen el doble, un 26,8%.

1.3.2.8. Aspectes tinguts en compte a l'hora de triar els estudis

En la taula següent es mostren les dades obtingudes en l'enquesta que es fa als estudiants de nou accés a la pregunta sobre quina ha estat la via per la qual han tingut coneixement de l'oferta de l'ESCSET (resposta múltiple):

Vies de coneixement dels estudis (2017-18)		
Vies	Màrqueting	AdE/Màrqueting
Participació	94,52%	96,72%
Amics	34,78%	25,42%
Cerca a Internet	33,33%	40,68%
Web	34,78%	35,59%
Saló de l'Ensenyament	20,29%	30,51%
Jornada Portes Obertes	28,99%	30,51%
Professor del meu centre	18,84%	8,47%
Web UPF	11,59%	18,64%
Material informatiu	8,70%	5,08%
Xerrada al meu centre	4,35%	3,39%
Taller, conferència, presentació	14,49%	6,78%
Publicitat exterior	5,80%	1,69%
Premsa	2,90%	0,00%
Televisió	1,45%	0,00%
Ràdio	0,00%	0,00%
Altres	4,35%	5,08%

Valoracions Via coneixement dels estudis

Màrqueting i CD	Destaca sobretot i molt per damunt de la resta de titulacions del centre el percentatge d'estudiants que diuen haver tingut coneixement dels estudis a través d'Internet o la web. El percentatge d'estudiants que han seguit les recomanacions d'amics ha augmentat respecte de l'any anterior, cosa que indica la consolidació dels estudis i una major fidelització. També ha augmentat el percentatge dels que indiquen que han rebut la recomanació d'algun professor del centre on estudiaven i dels que diuen haver conegut els estudis a través de les Jornades de Portes Obertes o a través d'algun taller linnk.
AdE/Màrqueting	La via de coneixement a través d'amics és la que presenta el percentatge més baix d'entre totes les ofertes. Això pot indicar que hi ha poca fidelització entre els estudiants que la cursen o bé que continua essent una oferta poc coneguda. Com en el cas de Màrqueting i encara d'una manera més pronunciada, destaquen la cerca a Internet i la consulta a la web com a vies més usuals.

També és interessant avaluar els motius pels quals els estudiants trien cursar els seus estudis a l'ESCSET. La taula següent mostra la valoració dels estudiants de les vuit possibilitats que se'ls donava (puntuació sobre 10).

Motius pels quals han escollit els estudis de l'ESCSET (2017-18)		
Motius	Màrqueting	AdE/ Màrqueting
Participació	94,52%	96,72%
Prestigi UPF	8,06	8,31
Instal·lacions	8,42	8,03
Reputació Centre	8,19	7,66
Ambient	7,77	7,07
Proximitat geogràfica	6,10	4,63
Nota de Tall	5,81	5,61
Proximitat del professorat	7,06	6,61
Expectatives professionals	8,72	8,73

Valoracions Motius d'elecció dels estudis

Màrqueting i CD	Destaquen sobretot les perspectives professionals (inserció laboral), que els estudiants puntuen amb un 8,72. Es donen un any més valoracions molt homogènies ens els tres primers ítems. Els estudiants donen poca importància a la nota de tall malgrat que aquest curs la nota de tall d'accés als estudis ha estat superior a 7.
AdE/ Màrqueting	Igualment, el motiu més valorat és el de els expectatives professionals, amb un 8,73. Els estudiants donen també molt valor al títol UPF i, en canvi, donen poc valor a la proximitat geogràfica i a la nota de tall, malgrat que en aquests estudis aquest any ha estat de 8,2.

1.3.2.9. Expectatives dels estudiants de nous accés respecte els estudis

En la mateixa enquesta de nou accés també es demanava als estudiants quines eren les expectatives que tenien posades respecte els estudis que anaven a iniciar. Les valoracions són les que es mostren en la taula següent:

Expectatives respecte dels estudis (Valoracions d'1 a 5)		
	Màrqueting	AdE/Màrqueting
Participació	94,52%	96,72%
Adquirir coneixements profunds en les àrees de la titulació	4,62	4,66
Facilitar-me la inserció laboral	4,67	4,71
Poder fer pràctiques en empreses	4,72	4,76
Aprendre a ser autònom en la presa de decisions	4,70	4,61
Adquirir competències emprenedores	4,61	4,61
Saber expressar-me correctament tant oralment com per escrit	4,58	4,53
Rebre atenció personalitzada i tutoritzada durant els estudis	4,35	4,24
Aprendre a treballar en equip	4,42	4,29
Adquirir un bon coneixement d'idiomes	4,43	4,51
Poder fer estades a l'estranger	4,20	4,27
Rebre docència en anglès	4,22	4,27
Participar en activitats esportives	3,36	3,19
Participar en activitats de cooperació i solidaritat	3,45	3,56
Participar en activitats culturals	3,22	3,27

Valoracions Expectatives respecte dels estudis

En consonància amb les respostes donades sobre el motiu d'elecció dels estudis, els aspectes que generen més expectatives als estudiants són les possibilitats d'inserció laboral i el poder fer pràctiques en empreses. A continuació valoren l'adquisició de coneixements profunds en la seva àrea d'estudi i l'aprendre a ser autònom en la presa de decisions. Per contra, els aspectes pitjor valorats són aquells relacionats amb la vida universitària. Per comparació amb els més valorats, destaca la

baixa puntuació que donen a les possibilitats de fer estades a l'estranger o de rebre docència en anglès.

1.3.3. Matrícula Total

1.3.3.1. Nombre total d'estudiants per titulacions

En la taula següent es mostren les dades evolutives de la matrícula total:

Evolució matrícula total						
Estudi	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18
Màrqueting i CD	75	133	213	269	282	310
AdE i GI / Màrqueting	-	60	123	177	223	266
Total	75	193	336	446	505	576

1.3.3.2. Estudiants a temps complet i mitjana de crèdits matriculats

Prenent de referència el nombre total de crèdits matriculats a cada titulació de Grau (TM) es pot calcular la mitjana de crèdits matriculats per cada estudiant. Així mateix, tenint en compte el nombre de crèdits que hauria de matricular cada curs un estudiant amb un rendiment acadèmic normal, es pot calcular el nombre d'estudiants equivalents a temps complet (EETC). En el cas del Grau de Màrqueting i CD, la matrícula hauria de ser de 60 ECTS per curs, i a la doble titulació AdE/Màrqueting una mitjana de 96 ECTS per curs (ja que l'estudiant matricula les assignatures que cursa i les anàlogues de l'altre Pla d'Estudis). Amb aquestes consideracions, els estudiants equivalents a temps complet en el cas de Màrqueting i CD són els que resulten del quocient TM/60, i els de la doble titulació els que resulten del quocient TM/96. Les dades que s'obtenen són les de la taula següent:

Estudiants a temps complet i mitjana de crèdits matriculats per estudiant (curs 2017-18)					
Estudi	Total estudiants	Total crèdits matriculats (TM)	Estudiants a temps complet (EETC)	Mitjana de crèdits matriculats per estudiant	Ràtio EETC / Estudiants matriculats
Màrqueting CD	310	17.078,00	284,63	55,09	0,92
AdE/Màrqueting	266	22.522,00	234,60	84,67	0,88
Total	576	39.600,00	519,23	68,75	0,90

1.3.3.3. Distribució d'estudiants per cursos

La següent taula mostra la distribució d'estudiants per cursos. Cal tenir present que els estudiants s'assignen al curs de l'assignatura o assignatures matriculades en el curs més elevat.

Distribució d'estudiants per cursos (curs 2017-18)					
Estudi	Primer (*)	Segon	Tercer	Quart	Cinquè
Màrqueting i CD	75	72	79	84	
AdE/Màrqueting	61	63	54	57	31
Total	136	135	133	141	31

(*) Inclou també repetidors i accés directe per la via de 30 ECTS

[Veure evidències subestàndard 1.3](#)

1.4. La titulació disposa de mecanismes de coordinació docent adequats.

L'ESCSET disposa de mecanismes de coordinació docent que garanteixen la qualitat dels programes formatius. Aquestes estructures estan recollides en el Reglament Intern del Centre aprovat pel Consell de Govern de la UPF el juliol de 2010 i modificat per acord de la Comissió de Govern del centre el maig del 2015, com es detalla a l'apartat d'organització de la web de l'Escola ([veure web ESCSET/Organització](#)).

Els òrgans de govern del centre són la Comissió de Govern i la Junta de Direcció. El Claustre és un òrgan de participació en qual hi són presents tot el PDI de l'Escola i representants del PAS i dels estudiants. Per la seva banda, els estudiants s'organitzen mitjançant el Ple de Delegats. A nivell intern, la Junta de Direcció és l'òrgan de govern ordinari i està formada pels següents membres:

Directora: Dra. Montse Vilalta

Caps d'Estudis: Dra. Ivette Fuentes i Dra. Patrícia Crespo

Coordinador AdE i GI: Dra. Noemí Ruiz

Coordinador Màrqueting i CD i doble Grau AdE/Màrqueting: Dr. Alex Araujo

Coordinadora Turisme i doble Grau AdE/Turisme: Dra. Ma. Dolors Celma

Coordinador Logística i Negocis Marítims: Dr. Jesús Ezequiel Martínez

Reunions de direcció/coordinació:

- Juntes de Direcció setmanals. Participació dels coordinadors de titulació amb la directora del centre i les caps d'estudis.
- Junta de Direcció ampliada mensual. S'afegeixen a la Junta de Direcció els responsables de programes de Pràctiques, TFG, Relacions Internacionals, Emprenedoria i Màsters i Formació Permanent. Aquest espai permet establir sinergies en docència o recerca, reflexionar sobre temes comuns, comentar metodologies docents innovadores utilitzades, millorar el treball en equip, definir i dissenyar activitats del centre, posar en comú i implicar-se en les directrius, activitats i estratègies de Tecnocampus, etc.. I també es realitzen les anàlisis dels resultats dels indicadors anuals de la titulació i dels resultats de les enquestes de satisfacció i es reflexiona sobre les accions de millora.
- Juntes de Direcció amb els delegats/des i tutors/es dels diferents cursos. Es realitza una reunió cada trimestre per donar l'oportunitat als estudiants a identificar àrees de millora, expressar inquietuds, reflexionar sobre possibles incidències i oferir propostes de millora per al millor funcionament del centre.
- Claustre (professorat, PAS i representants d'estudiants). Es realitzen dues reunions a l'any, una a finals del 1r trimestre i la segona en finalitzar el curs. Serveix per posar en comú informacions d'interès, novetats, propostes de nous programes formatius... i donar l'oportunitat a estudiants, professorat i PAS a exposar les seves opinions i inquietuds i emetre suggeriments sobre qualsevol tema d'ordre acadèmic o organitzatiu.

A banda de les reunions d'aquests òrgans -previstes en el Reglament del centre- hi ha dues comissions que actuen de manera regular i es reuneixen en dates pre-fixades en el calendari de reunions del curs:

- Comissió de Qualitat. És l'òrgan de participació dels grups d'interès presents al centre que té com a principal objectiu la posada en marxa, el seguiment i la millora del conjunt de processos de qualitat implantats en els ensenyaments de grau i màster.
- Comissió de TFG. Assumeix diverses funcions contemplades en la Normativa de TFG del centre. Entre d'altres, l'assignació de TFG i de tutors/es.

Així mateix, és de destacar el Consell Sectorial dels estudis de Màrqueting, òrgan assessor del centre per a la titulació de Màrqueting i CD que té com a objectiu bàsic estrènyer lligams entre el centre i entitats i institucions vinculades a aquest àmbit. Les funcions del Consell Assessor dels Estudis de Màrqueting són:

Conèixer les necessitats d'innovació empresarial i social propis de l'àmbit per incorporar-les en els processos formatius, de recerca, d'innovació i de transferència de coneixement del centre.

Connectar els professionals i els docents, per tal de facilitar la transmissió de coneixements entre els dos col·lectius i fomentar les relacions entre la universitat i el seu entorn professional, econòmic, social i territorial.

Fomentar la Internacionalització de les persones, els projectes i els serveis universitaris i empresarials, en el desenvolupament de les seves funcions de docència, innovació i transferència.

El Consell Sectorial dels Estudis de Màrqueting està format per les següents persones / entitats:

CreativeLab – Sr. Raul Ciprés
Ciberclik - Sr. David Tomás
Club de Màrqueting – Sr. Pep García
Escelis – Sr. Felip Bergada
Tesa – Sr. Jordi Senespleda
Velcro – Sra. Judit Vich
Vueling – Sra. Ana Arroquia
Ex estudiant- Sr. Adrien Rodrigues

A banda de les reunions ordinàries d'òrgans i comissions, es fan altres reunions de coordinació docent:

- Reunió de professorat d'inici de curs. En aquesta reunió es convoquen als professors de tots els títols de l'Escola per exposar les novetats i reptes del nou curs i per discutir elements de millora. Posteriorment, s'envien al professorat les Indicacions pel curs.
- Reunions del coordinador del Grau amb els responsables dels Àmbits de Coneixement. Els Plans d'Estudis dels Graus del centre estan distribuïts en matèries. A partir d'elles s'han definit els Àmbits de Coneixement, pensats per agrupar el professorat que imparteix assignatures vinculades a les matèries que les configuren. El coordinador o coordinadora del Grau es reuneix de forma regular amb el professorat dels diferents Àmbits que, pel que fa als estudis de Màrqueting i CD, són: i) Administració i Organització d'Empreses, ii) Màrqueting i iii) Comunitats Digitals. És a partir de les reunions que el coordinador ha mantingut amb els interlocutors de cada àmbit que s'han pogut detectar i, sobretot, resoldre les incongruències en el desenvolupament de les assignatures: superposició o manca de continguts, seqüenciació, sistemes d'avaluació, etc.. Fruit d'aquests reunions també han sorgit algunes de les propostes de modificació dels Plans d'Estudis.
- Reunions de coordinació del Pràctiques. El professorat tutor de Pràctiques dels diferents títols es reuneix trimestralment –convocat pel supervisor de Pràctiques de la titulació- per establir i seguir una línia comuna a l'hora de tractar incidències, gestionar continguts, dinàmiques, metodologies docents, sistemes d'avaluació, competències, grau de satisfacció, captació de noves empreses o institucions per a Pràctiques, etc.
- Reunions de coordinació de Treball Final de Grau (TFG): formada pels supervisors i supervisoras de TFG del centre i pel professorat que tutoritzarà els TFG o formarà part dels tribunals d'avaluació, tant dels de seguiment com del tribunal final. Igualment com en el cas de les Pràctiques, es tracta de posar en comú i acordar criteris d'avaluació o per tractar incidències que puguin sorgir. Al llarg del curs 2016-2017, les supervisoras de TFG de l'Escola i les coordinacions dels Graus han estat treballant conjuntament en la millora de l'assignatura Elaboració de Projectes, comuna a tots els Graus del centre i pensada per donar suport i orientacions de cara a la confecció de TFG. Aquesta coordinació ha fet possible que a partir del curs 2017-18 s'implementi una nova metodologia per a impartir-la, més adequada per a l'adquisició per part dels estudiants de les competències preteses.
- Reunions de coordinació entre una mateixa assignatura: Quan una assignatura té més d'un grup per al desenvolupament dels continguts, ja siguin teòrics o pràctics, i sigui necessari més d'un professor/a per a impartir-la, el centre té establerts mecanismes de coordinació entre el professorat implicat en el procés formatiu per garantir que els estudiants dels diferents grups tinguin una docència i avaluació similars. En aquests casos el coordinador del Grau nomena un coordinador de l'assignatura –habitualment un professor/a amb dedicació permanent- que supervisa l'elaboració d'un pla docent únic i vetlla per la igualtat en el desenvolupament dels continguts i l'adopció dels mateixos criteris i instruments d'avaluació.

D'altra banda, també cal esmentar les reunions fetes a nivell de tots els centres de Tecnocampus per tal de coordinar-se a l'hora d'emprendre accions d'interès compartit:

- Reunió de coordinadors de Grau de les tres Escoles, per treballar temes d'interès comú en la planificació de cada curs: horaris, distribució d'espais, acollida nou professorat, activitats dia 0, ús Aula Virtual, coordinació professorat compartit, informació pública de cada titulació al web del Tecnocampus, eCampus,).

- Reunió de coordinació dels responsables de TFG, amb l'objectiu de fomentar la realització de TFG compartits entre estudiants dels diferents centres. Fruit d'aquesta coordinació se celebra l'Speed Dating TFG al Tecnocampus, una reunió en la qual estan convocats tots els estudiants de tercer curs que han d'emprendre el TFG el pròxim any.
- Reunió de les caps d'estudi dels tres centres, convocada pel responsable de qualitat i SQAI, per treballar temes d'interès comú en la planificació del curs, com ara la validació de dates i protocols per a l'activació de les enquestes de satisfacció de la docència, requisits per a l'assignació d'aules o activació de protocols d'inici de curs.

Valoració mecanismes de coordinació

Es valora molt positivament l'organització del centre que afavoreix i promou reunions de coordinació i/o participació constants i amb objectius concrets, tant a través dels òrgans establerts amb aquests finalitats com a través de les convocatòries que fan els diferents responsables per als temes específics que es tractin. D'aquesta manera, s'assegura rapidesa i puntualitat en la tramesa d'informacions generals que afecten als docents, tant pel que fa als temes concrets que afecten la docència com als temes d'ordre general del centre que afecten la seva organització i funcionament. En aquest sentit, també és de destacar que tan el PDI com el PAS poden accedir a les actes de les diferents reunions, especialment la de les Junta de Direcció que se celebren setmanalment.

Pel que fa a la coordinació, els resultats són també molt satisfactoris. Precisament ha estat gràcies als mecanismes establerts que s'han pogut detectar puntualment i corregir els problemes en el desenvolupament del Pla d'Estudis –sobretot en els dos primers anys d'implantació– motivats per algunes superposicions o omissions en els continguts de les diferents assignatures i, en un altre ordre, els mecanismes de coordinació entre els responsables i professorat de les altres titulacions del centre i dels altres centres de Tecnocampus, que han servit per a la millora de diversos aspectes relacionats amb la gestió acadèmica o per a la proposta d'accions extra-curriculars adreçades als estudiants (p.ex. crèdits RAC (Reconeixement d'Activitats Universitàries), preparació de les Jornades de benvinguda als estudiants professorat, actes de cloenda de curs i lliurament de títols...

Veure evidències subestàndard 1.4

1.5. L'aplicació de les diferents normatives es realitza de manera adequada i té un impacte positiu sobre els resultats de la titulació.

La memòria està correctament verificada, s'ha fet l'anàlisi anual de seguiment de la titulació i s'han introduït millores que s'han aprovat pels òrgans interns i s'han comunicat a AQU. Tota la normativa s'ha revelat adequada per al desenvolupament dels plans d'estudi i per possibilitar uns resultats satisfactoris.

L'Escola revisa i/o elabora cada curs acadèmic les normatives, amb la finalitat d'adaptar-les a normatives de rang superior i com a conseqüència de les propostes de millora que sorgeixen de l'anàlisi dels processos als quals fa referència, d'acord amb els objectius de la titulació. Les normatives que són específiques del centre són aprovades finalment per la Comissió de Govern:

- Normativa de Pràctiques
- Normativa de TFG
- Normativa d'Assignació Docent
- Normativa d'Avaluacions i Qualificacions
- Normativa de Mobilitat
- Règim disciplinari.
- Reglament d'ús de les Aules Virtuals

Al web de l'Escola hi ha un apartat de normatives, que es revisa i es públic cada curs acadèmic previ a la matrícula.

Els resultats obtinguts amb l'aplicació de la normativa es valoren molt satisfactòriament.

Estàndard 2: Pertinència de la informació pública

2.1. La institució publica informació veraç, completa, actualitzada i accessible sobre les característiques de la titulació i el seu desenvolupament operatiu.

2.1.1. Informació a través del web

La web del Tecnocampus està dissenyada per oferir informació pública als diferents grups d'interès.

[Web Tecnocampus](#)

[Web Tecnocampus/Grau màrqueting i comunitats digitals](#)

Tal com s'ha indicat en el punt 1.3.2.8. del present Autoinforme, els estudiants de nou accés, i molt especialment els del Grau de Màrqueting i CD i els de la doble titulació AdE/Màrqueting, consideren la web com una de les vies més destacades d'entre les que han fet servir per obtenir informació dels estudis abans de matricular-s'hi.

Així mateix, l'Escola treballa per tal que la web sigui igualment eficaç un cop els estudiants ja formen part de la comunitat universitària de Tecnocampus, de manera que tant a nivell de web pública, com a nivell d'intranet, tinguin una estructura clara de continguts que els permeti navegar amb comoditat i eficiència.

L'Escola aplica un procediment per a la publicació i revisió de la informació pública a la [web del Tecnocampus](#) que correspon al procés del SGIQ E2.1: Gestionar la informació pública de les titulacions, referent tant a la informació general del centre com particular per a cadascuna de les titulacions que s'hi imparteixen.

Pel que fa a la informació general del centre, aquesta inclou una presentació i una breu història, l'estructura de govern i gestió, el model educatiu, l'oferta formativa, la Recerca, el professorat, l'estudi de llengües i un apartat de Qualitat que conté les Memòries anuals, els Informes de Seguiment i Acreditació dels títols, el Sistema Intern de Garantia de la Qualitat i altres documents rellevants.

<http://www.tecnocampus.cat/ca/qualitat-eum>.

En el cas de les titulacions, la informació abasta tant els aspectes acadèmics com els dels serveis que la institució posa a l'abast dels estudiants. (Veure [Aquí](#) l'accés a la informació el Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals.

Sobre els aspectes acadèmics, es dona informació sobre:

- Presentació dels estudis, amb informació especialment orientada al futur estudiant: dades generals, perfil d'ingrés, competències de la titulació.
- Pla d'estudis, aportant tant una visió global de la seva estructura com una de més específica a nivell d'assignatures, en aquest cas a través dels plans docents, que contenen informació de les competències associades, els resultats de l'aprenentatge, els continguts, les activitats formatives, el sistema d'avaluació i el professorat encarregat de la seva impartició.
- Professorat, amb accés a les dades de contacte i al seu perfil acadèmic (CV).
- Sortides professionals, amb orientacions sobre els tipus de llocs de treball per als quals prepara la titulació.
- Innovació/Emprenedoria, per mostrar les estratègies, dinàmiques o activitats que es treballen des de les assignatures o en el global de l'estudi.
- Dades i indicadors, amb enllaços directes a les característiques de la titulació i el seu desenvolupament operatiu i a una taula que mostra l'evolució dels indicadors de la titulació d'acord amb els que AQU proposa en la seva guia per al seguiment de les titulacions oficials.
- Altres enllaços (normativa acadèmica, calendari,...)

The screenshot shows the TecnoCampus website interface. At the top, there is a yellow navigation bar with the TecnoCampus logo and several menu items: 'Estudiants', 'Empresa i Emprenedoria', 'Alumni', and 'Centre de congressos'. Below this, a secondary navigation bar lists 'FUTURS ESTUDIANTS', 'ESTUDIS', 'INTERNACIONAL', 'CAMPUS EMPRENEDOR', 'VIDA UNIVERSITÀRIA', and 'INSTITUCIÓ'. The main content area features a large banner for the 'GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS' program, with the text 'Es necessiten milers d'experts en màrqueting digital' and a pie chart. Below the banner, there is a breadcrumb trail: 'ESTUDIS · OFERTA ACADÈMICA · GRAUS · GRAU EN MÀRQUETING I COMUNITATS DIGITALS · PRESENTACIÓ'. A secondary navigation bar includes 'Presentació', 'Pla d'estudis', 'Professorat', 'Sortides professionals', 'Innovació', and 'Dades i indicadors'. The main content area is divided into two columns. The left column contains the following information:

- Nom:** Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals
- Durada:** 4 cursos acadèmics organitzats per trimestres
- Càrrega lectiva:** 240 crèdits ECTS
- Modalitat:** Presencial
- Horari:** Tardes (de 15h a 21h)
- Impartit a:** L'Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa
- Titulació:** Universitat Pompeu Fabra (UPF)
- Preu:** Consulta el cost i el finançament dels estudis en el següent enllaç (Preus i finançament)
- Accés:** Consulta les vies d'accés i com formalitzar la preinscripció universitària (Accés)

 The right column has a dark grey header 'ESTUDIA AL TECNOCAMPUS' and a white box with the text 'Informa't sobre el nostre model d'aprenentatge participatiu, innovador i creatiu.' and a yellow button 'MÉS INFORMACIÓ'. Below this is another dark grey header 'ENLLAÇOS RELACIONATS'.

En referència als plans docents, es disposa d'una plataforma que gestiona les seves actualitzacions anuals, permetent l'edició per part dels responsables de les assignatures i els coordinadors fins que aquests últims els validen. Un cop validats, es tanca l'accés a la plataforma i es publiquen automàticament a la pàgina de Pla d'estudis del Grau i a l'Aula Virtual corresponent.

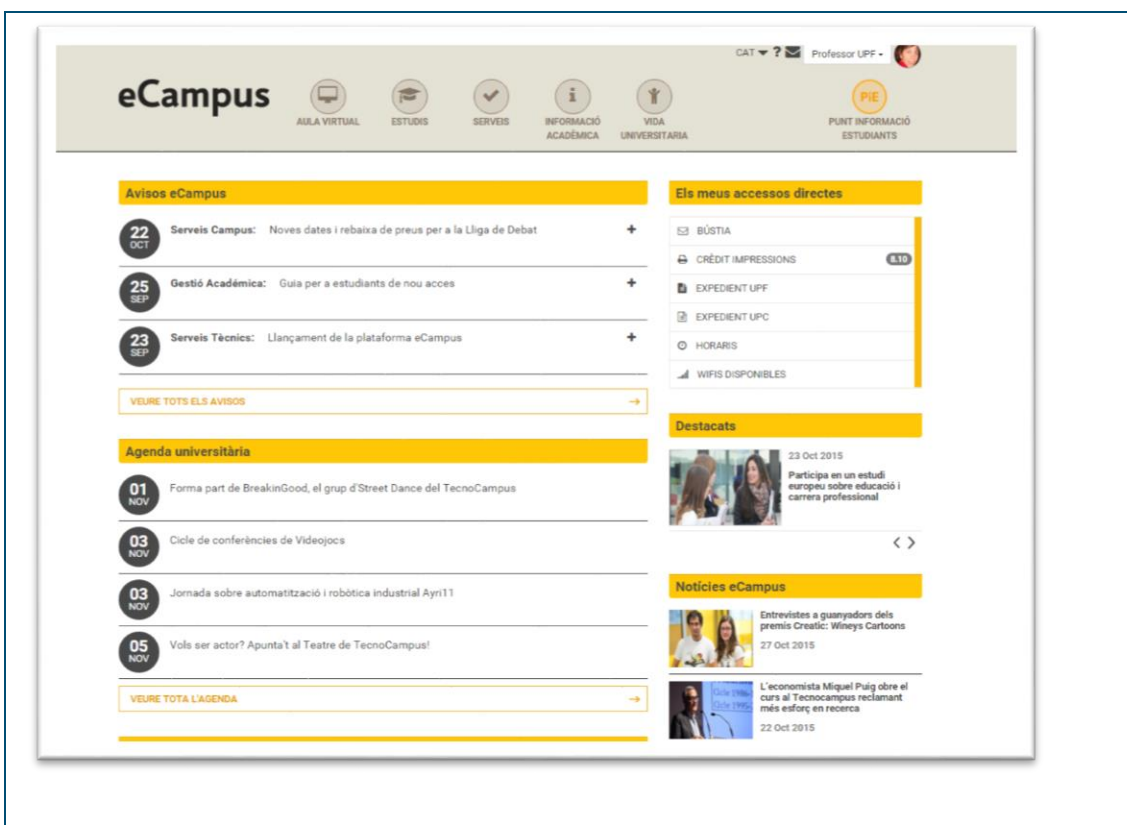
Cal assenyalar que la informació pública dels Plans Docents conté únicament les dades bàsiques de cada assignatura o matèria d'acord amb la memòria de verificació de títol. La informació corresponent a les activitats formatives i d'avaluació, així com la seva planificació en el calendari, només pot ser consultada pels estudiants a través de l'aula virtual, ja que poden variar d'un any a un altre. En el cas de les Pràctiques i del TFG, per exemple, on els estudiants són més autònoms, a l'aula virtual poden trobar informació molt detallada, tant dels procediments per als seguiments com de les rúbriques i criteris per a les avaluacions, així com recomanacions i advertiments a tenir en compte per al seu desenvolupament. Aquesta informació, tal com s'ha dit anteriorment, no es mostra en obert per no considerar-se adequat. S'afegeix com a evidència les captures de pantalla de l'aula virtual que contenen aquesta informació pel que fa a les Pràctiques i al TFG.

Sobre els serveis, es dona informació sobre gestió acadèmica (matrícula, beques, tràmits diversos, etc.), mobilitat, serveis d'emprenedoria, pràctiques, inserció laboral, biblioteca, activitats extra-curriculars, participació dels estudiants i serveis als graduats (Alumni).

L'actualització de les informacions de cada Grau és responsabilitat de la direcció (caps d'estudis i coordinadors), secretaries de centre, equip del Servei per a la Qualitat, Aprenentatge i Innovació (SQAI), el responsable de Qualitat de TecnoCampus i el servei de Gestió Acadèmica. Els professorat és el responsable de la informació pública sobre el seu perfil, la qual ha de contenir, com a mínim, el grau acadèmic i la seva experiència acadèmica, professional i de recerca.

2.1.2. Informació a través de la Intranet

Des de la web pública del Tecnocampus, professors i estudiants accedeixen a una intranet anomenada eCampus. Per a fer-ho, cal una validació prèvia amb el nom d'usuari i contrasenya que els permet la navegació amb un únic perfil. Des de l'eCampus s'accedeix a les Aules Virtuals de les assignatures i als diferents aplicatius que estan a la seva disposició, diferents segons l'usuari sigui professor o estudiant.



Per al PDI i PAS també hi ha una Intranet específica, en la qual disposen d'informacions diverses (normes Tecnocampus, actes de reunions, calendaris, informes de satisfacció, etc.), formularis per a la realització d'alguns tràmits (sol·licitud de cursos, instàncies, etc.) i una aplicació per a peticions relacionades amb serveis tècnics.

INTRANET TECNOCAMPUS

Benvinguts i benvingudes a la intranet de TecnoCampus. En aquesta intranet trobareu tota la informació que TecnoCampus posa a la teva disposició, així com l'accés als tràmits i gestions que com a treballador/a pots realitzar. TecnoCampus pots consultar també la [GUIA GENERAL DEL PAS I PDI](#), i les [GUIES DEL PDI DE L'ESCST, ESCST I ESUPT](#).

Buscar...

DESTACATS

1. Avaluació del rendiment PDI: [TUTORIAL / ACCÉS AL PORTAL DEL PERSONAL](#)
2. Ja podeu consultar la presentació de la darrera reunió del Patronat del dia 26/4/2017
3. S'obre el termini per optar al [FONS SOCIAL 2016](#)
4. Avaluació del rendiment: objectius 2017: [TUTORIAL / ACCÉS AL PORTAL DEL PERSONAL](#)

GESTIONS MÉS USADES

1. Help Desk
2. Reserva de sales
3. Comandes

ALTRES GESTIONS

- Bústia de suggeriments
- Cercador de personal
- Agenda

RECURSOS HUMANOS

COMUNICACIÓ

INFORMACIÓ CORPORATIVA

INFRASTRUCTURES I SIT

QUALITAT

Finalment, les direccions dels centres universitaris de Tecnocampus disposen d'accés al Sistema d'Informació a la Direcció (SID), un per a cada centre, que s'estructura com a repositori de documents d'interès (memòries de verificació, indicadors, estudis,...).

2.1.3. Satisfacció dels usuaris respecte del nivell i qualitat de la informació pública

En dues de les enquestes de satisfacció definides en el SGIQ s'inclouen preguntes referents a la qualitat i accessibilitat de la informació pública del web, una de les enquestes adreçada als estudiants de nou accés i l'altra a tots els estudiants matriculats en cadascun dels Graus.

Als estudiants de nou accés se'ls demana (enquesta que responen en formalitzar la matrícula) que valorin la qualitat de la informació disponible abans de la matrícula. Pel que fa al curs 2017-18, el 88% dels estudiants de Màrqueting i el 95% dels estudiants de la doble titulació AdE/Màrqueting la consideren bona o molt bona (*font: enquesta als estudiants de nou accés curs 17/18, octubre 2017; participació 96%*). Aquestes valoracions són significativament més altes que les que es donaven en cursos anteriors, al voltant del 81% de mitjana tant en el Grau de Màrqueting i CD com en la doble titulació AdE/Màrqueting.

A tots els estudiants matriculats se'ls demana (enquesta que responen cap a meitat de curs) que valorin l'accessibilitat de la informació que busquen al web; en el global de TecnoCampus la valoració és de 6,5 en una escala de 0 a 10. (*font: enquesta de satisfacció dels estudiants amb els serveis, març 2017; participació 40%*). En el cas dels estudiants de Màrqueting i CD i de la doble titulació AdE/Màrqueting, el valor d'aquest indicador és de 6.2, lleugerament més baix que el global de Tecnocampus però igualment satisfactori.

Considerem que aquests resultats, tots ells superiors al 6 sobre 10, son satisfactoris.

[Veure evidències del subestàndard 2.1](#)

2.2. La institució publica informació sobre els resultats acadèmics i de satisfacció.

El centre publica els indicadors mínims definits per AQU en la seva Guia de seguiment de titulacions http://www.aqu.cat/doc/doc_16385323_1.pdf. Aquesta taula d'indicadors accessible des de la pestanya "Dades i indicadors" del Grau <https://www.tecnocampus.cat/es/calidad-marketing>.

En el cas del Grau en Màrqueting i CD, per accedir als indicadors cal seleccionar la pestanya "Estudis"> "Graus"> "Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals" "Dades i indicadors" (la mateixa via per a la doble titulació AdE/Màrqueting seleccionant-la des de l'inici). Una altra via és a partir de la pestanya "Estudiar"> "Preinscripció" i seleccionar el Grau de la llista de titulacions que apareix.

Dins de la informació del Grau s'hi troba la ja descrita en l'apartat 2.1., i en l'apartat "[Dades i indicadors](#)" s'hi pot trobar la següent:

- a) Accés directe al Manual del Sistema de Garantia Interna de la Qualitat
- b) Accés directe a l'últim Informe de Seguiment. Aquest informe conté els resultats acadèmics, expressats mitjançant indicadors, així com una valoració dels mateixos que es té en compte per al pla de millora amb el qual conclou el document. És també en aquest document on es recullen els resultats de les diferents enquestes de satisfacció que s'adrecen anualment a estudiants i professorat així com la seva valoració i anàlisi per part de la direcció del centre tenint present les dades evolutives i de tendència.
Concretament, les dades referents a les enquestes es poden trobar en els següents apartats de l'informe:
 - Apartat 2.1: Dades de l'enquesta als estudiants de nou accés

- Apartat 4.3: Resultats de l'enquesta de satisfacció del PDI
- Apartat 5.2: Part dels resultats de l'enquesta de satisfacció dels estudiants amb els serveis
- Apartat 6.2: Detall de l'enquesta de satisfacció dels estudiants amb l'actuació docent i dades de l'enquesta de satisfacció dels graduats (en referència a l'experiència educativa)
- Apartat 6.3: Indicadors acadèmics (taxes i resultats de les assignatures)
- Apartat 6.4 Dades de l'enquesta de satisfacció dels graduats (en referència a la inserció laboral).

- c) Desenvolupament operatiu de la titulació, que recull sintetitzada i mitjançant enllaços tota la informació que afecta els aspectes organitzatius dels estudis: Accés, Matrícula, Pràctiques, Mobilitat, TFG, Pla d'Estudis, Planificació del curs.
- d) Enllaç a la taula d'indicadors mínims de la titulació, definits per AQU a la pàgina 22 de la "Guia per al seguiment de les titulacions oficials de Grau i Màster" d'octubre de 2016.

Correspon a la cap d'estudis i als coordinadors de titulacions, amb l'assessorament i recolzament del responsable de Qualitat de Tecnocampus, l'organització via telemàtica de les enquestes de satisfacció dels estudiants, tant pel que fa a la recollida com al seu processament. Es valora positivament el nivell de respostes obtingudes, a l'entorn del 45% malgrat la variabilitat que s'observa en la participació depenent d'un Grau o un altre o d'un any a l'altre. El responsable de Qualitat de Tecnocampus informa puntualment a la cap d'estudis del nombre d'enquestes rebudes dia a dia dins del període establert perquè els estudiants les responguin. D'aquesta manera, es coneix puntualment el nombre de respostes de cada Grau i es poden prendre mesures en aquells cursos on el nombre de respostes és molt baix.

Els resultats de les enquestes de satisfacció són posats en coneixement dels delegats de cursos en els reunions que trimestralment es mantenen amb la Junta de Direcció del centre i se'n fa una valoració conjunta.

A més de les informacions anteriors, que són públiques per a tots els col·lectius, a nivell intern hi ha diferents ubicacions dels resultats de les enquestes en funció del col·lectiu a qui va dirigit:

- A la Intranet, tot el personal pot accedir als resultats de l'enquesta de satisfacció del PDI, a l'enquesta de satisfacció del PAS i a la Memòria de Qualitat de Tecnocampus. Aquesta Memòria és un document que recull els resultats de les tres Escoles, inclosos els de les enquestes que es troben així mateix en el respectiu Sistema d'Informació a la Direcció (SID) de cada centre.
- En el SID, els membres de la Direcció de l'Escola poden accedir a l'enquesta de satisfacció dels estudiants amb els serveis generals, l'enquesta als estudiants de nou accés, l'enquesta als ocupadors, l'enquesta als titulats i la enquesta als estudiants sobre el Treball Fi de Grau.
- Al Campus Virtual, cada professor pot accedir als resultats de les enquestes de satisfacció amb la docència dels seus estudiants, que inclou dades globals a efectes comparatius.

[Veure evidències subestàndard 2.2](#)

2.3. La institució publica el SGIQ en què s'emmarca la titulació i els resultats del seguiment i l'acreditació de la titulació.

A la UPF, tant en els seus centres propis com adscrits, el Sistema de Garantia Interna de la Qualitat és l'eina que permet el seguiment de la qualitat de les titulacions i de la seva acreditació. A l'Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa es disposa d'un sistema propi, que és una adaptació del sistema de la UPF, atenent els aspectes diferencials del centre.

[Web Tecnocampus/ESCSET/qualitat](#)

A la pàgina web de TecnoCampus, el Sistema de Garantia Interna de la Qualitat (SGIQ) de la ESCSET pot trobar-se per dues vies: accedint a la pestanya "Qualitat" de l'Escola o bé accedint a la pestanya "Dades i indicadors" de qualsevol de les titulacions, de manera que incloem la qualitat entesa com a cultura de l'Escola en la qual s'emmarca el títol de Màrqueting i Comunitats Digitals, però alhora la qualitat entesa com la suma de processos i eines que assegurin la millora de la docència i l'aprenentatge. Al costat del SGIQ també es publica l'última versió del pla de millora anual d'aquest sistema. Aquesta informació és d'accés lliure.









A la pestanya "Dades i indicadors" de cada titulació podem trobar l'últim informe de seguiment de l'Escola i també els resultats de l'acreditació de les titulacions que ja han passat aquest procés.

A nivell intern, el SGIQ-ESCSET també està disponible a la Intranet (accés restringit PDI i PAS) i a l'eCampus/Estudis/Garantia de Qualitat, on es té accés tant al document del SGIQ, com a cada un dels seus processos.



Amb accés restringit a la direcció del centre i altres responsables acadèmics, es pot accedir a través de la Intranet a l'apartat anomenat **Sistema d'Informació a la Direcció (SID)**, espai virtual on es recull la informació de les titulacions que ha de servir per a fer-ne les posteriors anàlisis i valoracions incloses en els Informes de Seguiment anuals de cada titulació del centre. El Sistema d'Informació per a la Direcció (SID) és un element més del SGIQ. L'objectiu del SID és ajudar a vetllar per la qualitat i la millora contínua de la qualitat dels títols i és la principal eina d'informació per a la presa de decisions dels responsables de les titulacions del centre. El SID ofereix informació completa, estàndard i rellevant sobre les titulacions: la informació relativa al seguiment de les titulacions, accés i matrícula, rendiment i graduació, satisfacció, mobilitat, pràctiques externes i inserció laboral, Innovació i millora docent, gestió i atenció a la comunitat, rànquings universitaris, estudis i informes i documents d'interès.

SID / ESCSET

ESCSE	
Tipus	Nom
	SGIQ_ESCSET
	ACREDITACIO_MARQUETING_2017
	Acreditacions2016_Resultats
	Autoinf2016
	Convocatòria Innovació Educativa ESCSET
	Informes de seguiment
	Documents de qualitat ESCSET
	Indicadors
(Més documents...)	

Estàndard 3: Eficàcia del sistema de garantia interna de la qualitat de la titulació

Introducció

La UPF té definida i documentada la seva política i estratègia de qualitat, així com el Manual i el mapa de processos del seu Sistema de Garantia Interna de Qualitat (SGIQ), per assegurar la millora contínua de les titulacions que imparteix. L'òrgan central responsable és la Comissió de Qualitat, amb el suport tècnic de l'Oficina Tècnica de Qualitat (OTQ), adscrita a la Unitat de Projectes, Estudis i Qualitat (UPEC). El rector crea la Comissió de Qualitat de la UPF, segons Resolució del rector de 30 de març de 2009.

El disseny del SGIQ va ser certificat per AQU l'any 2011. Des de llavors, el sistema s'ha revisat (2014, 2015, 2017) i millorat i s'entén com un sistema viu en constant actualització. En aquest procés són imprescindibles les aportacions dels centres a través dels informes de seguiment anuals.

El SGIQ de la UPF inclou un annex amb les indicacions per treballar des dels centres en una major personalització del sistema. Per tant, es configura com un marc o model comú per a totes les titulacions de la UPF (grau, postgrau i doctorat), permetent adaptar-se a les característiques pròpies de cada centre. Això vol dir que hi ha un disseny comú i una implantació personalitzada que dona resposta a les particularitats de cada centre.

L'Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa ha desenvolupat el seu propi SGIQ a partir del SGIQ-UPF. Aquest sistema conté la política de qualitat del centre, els seus responsables, els seus indicadors i els seus processos i procediments.

A l'escola hi ha una Comissió que es responsabilitza del seguiment i la qualitat dels seus títols, així com de la revisió i actualització del SGIQ. En aquesta comissió de qualitat hi ha representants de la direcció, professorat, personal d'administració i serveis, responsables de serveis, estudiants i titulats.

En l'anterior acreditació de titulacions de l'Escola, curs 2016-2017, aquest estàndard es va assolir. Concretament, dels 5 subestàndards, 4 es van assolir i 1 es va assolir amb condicions. L'aspecte a millorar era el procés de revisió del sistema, que posteriorment es va incorporar al pla de millora i del qual el servei SQAI es responsabilitza cada any.

3.1. El SGIQ implementat té processos que garanteixen el disseny, l'aprovació, el seguiment i l'acreditació de les titulacions.

Tal com s'ha esmentat en l'apartat anterior, l'Escola compta amb un Sistema de Garantia Interna de la Qualitat (SGIQ), instrument marc a partir del qual es du a terme el seguiment de la qualitat dels títols, tal com s'especifica en el punt 9 de les Memòries verificades. El SGIQ va ser aprovat per la Comissió de Govern del centre el juliol de 2015 substituint el "Manual d'Avaluació de la Qualitat" vigent fins aleshores. El SGIQ de l'ESCSET pren de base el SGIQ de la UPF i es basa en el model AUDIT impulsat per les principals agències de garantia de la qualitat universitària amb l'objectiu d'ajudar les universitats a implantar sistemes de control intern per impulsar la qualitat dels seus processos d'ensenyament/aprenentatge.

Prenent com a referència el programa AUDIT, es van desenvolupar un conjunt de 39 processos que es van definir, documentar i concretar especificant els elements d'entrada, l'objectiu i els resultats de cadascun, així com els diferents actors que hi intervenen, els agents d'interès i el marc normatiu en què es basa el procés. Aquests processos comprenen tots els aspectes de garantia interna de la qualitat relacionats amb la docència, seguint els principis dels *Standards and guidelines for quality assurance in the EHEA* proposats per l'ENQA.

Cada un d'aquests processos compta amb un diagrama de flux que explica gràficament el seu desenvolupament, les seves fases i els actors que hi intervenen. Procés del SGIQ: E3.1. Revisar i actualitzar el Sistema Intern de Garantia de Qualitat

Disseny i aprovació

En els processos *E1.2. Programar i verificar un nou títol de grau / E1.3 Programar i verificar un nou títol de màster*, el SGIQ especifica el procediment a seguir per dissenyar i aprovar una titulació de grau / màster, assegurant la màxima qualitat de les noves propostes amb la participació de tots els grups d'interès.

Aquests processos preveuen quins són els òrgans responsables. Dins de l'Escola, aquesta competència la té la Comissió de Govern, màxim òrgan de govern del centre, que està formada per membres de la Direcció de TecnoCampus i de l'Escola, representants de la Universitat Pompeu Fabra (UPF), del professorat i dels estudiants. Posteriorment, s'ha de sotmetre a una sèrie d'aprovacions institucionals per part de la UPF (Consell de Govern i/o Comissió de Postgrau) abans de ser tramitada a AQU. Aquest procés és molt adequat per als objectius als quals s'adreça.

A la UPF hi ha una Oficina de Programació i Planificació d'Estudis destinada a donar suport als processos de programació, verificació i modificació dels títols. Des d'aquesta unitat es realitzen tots els tràmits necessaris per a la seva aprovació institucional i s'assessora al centre i els responsables de la titulació en el disseny del pla d'estudis i l'elaboració de les memòries, donant el suport necessari en la formulació del perfil competencial, les activitats formatives i els sistemes d'avaluació.

D'altra banda, el Servei de Qualitat, Aprenentatge i Innovació de TecnoCampus actua amb els mateixos objectius que la unitat de planificació de la UPF i serveix en molts aspectes d'interlocució. Finalment, el servei de gestió acadèmica de TecnoCampus dóna suport operatiu a tot el procés.

Seguiment

El SGIQ, en posar a l'abast dels responsables acadèmics la informació sobre l'evolució de les titulacions, és una eina útil per identificar fortaleses i debilitats i dissenyar, implementar i avaluar accions de millora en les titulacions.

D'entrada, el procés *E1.6. Fer el seguiment de les titulacions* facilita l'anàlisi global del desenvolupament dels títols a partir dels indicadors proporcionats pel Sistema d'Informació a la Direcció (SID). Així, la comissió de qualitat del centre, que es reuneix una o dues vegades a l'any amb la participació de tots els grups d'interès, genera anualment l'informe de seguiment, que és aprovat per la Junta de Direcció i que, com a element central de l'avaluació de la qualitat dels estudis, és públicament accessible.

En cas que del procés de seguiment es derivi un canvi en la memòria verificada o l'extinció del títol, el sistema contempla els processos de modificació (*E1.4 per graus / E1.5 per a màsters*) i el d'extinció i reverificació (*E1.8*), garantint la millora contínua de la qualitat de les titulacions del centre.

Acreditació

Com a resultat de la revisió i actualització periòdica del sistema, el SGIQ va incorporar el 2014 el procés *E1.7 Acreditar els títols de grau i màster*. Aquest procés està totalment implantat en l'actualitat i recull el procediment a seguir pels centres per sol·licitar l'acreditació o la renovació de l'acreditació de les seves titulacions amb el suport tècnic de l'Oficina Tècnica de Qualitat (OTQ).

Entenent que la qualitat docent suposa un procés continu d'anàlisi, reflexió i propostes de millora, el procés d'acreditació es va revisar al gener de 2017 a partir de les experiències i resultats obtinguts en les acreditacions ja finalitzades.

Es valora de manera molt satisfactòria la utilitat d'aquests processos, doncs les tasques que s'hi descriuen permeten arribar d'una manera ordenada, sistematitzada i organitzada a l'objectiu que es pretén de cadascun.

Veure evidències subestàndard 3.1

3.2. El SGIQ implementat garanteix la recollida d'informació i dels resultats rellevants per a la gestió eficient de les titulacions, en especial els resultats acadèmics i la satisfacció dels grups d'interès.

El seguiment de les titulacions té el seu principal suport en la disponibilitat d'informació efectiva per a la presa de decisions, l'anàlisi sistemàtica i la promoció de la millora contínua de les titulacions, que proporciona el SGIQ.

El SGIQ es mostra idoni per a la seva funció d'identificar problemes i espais de millora, així com per potenciar la implementació i avaluació dels plans de millora que s'hi articulen.

Les principals famílies d'indicadors incloses en el sistema i que vertebreren els informes de seguiment - la seva principal expressió pública- són: indicadors d'accés i matriculació, indicadors de rendiment, graduació i abandonament, indicadors de satisfacció dels estudiants i professorat, dades sobre mobilitat, pràctiques i inserció laboral, aspectes relacionats amb innovació i millora i informació sobre gestió i atenció a la comunitat.

L'instrument principal per a l'obtenció dels valors dels indicadors de satisfacció és l'enquesta, que s'ha demostrat l'eina més directa, eficaç i eficient per a involucrar els col·lectius afectats sobre el tema que es demana. D'altra banda, la sistematització dels processos relacionats amb les enquestes i el poder disposar d'indicadors obtinguts de manera homogènia i amb criteris clars, permet les anàlisis evolutives i de tendència i la detecció puntual d'aquells valors que mostren una desviació que mereix ser analitzada de manera particular.

Les enquestes que es passen anualment als diferents col·lectius són les següents: (es poden consultar els models en el portal d'evidències)

Enquestes adreçades als estudiants:

- Enquesta sobre la docència rebuda que els estudiants responen a través de l'aplicació *SIGMA-Enquestes*, disponible també des del mòbil (periodicitat trimestral).
- Enquesta sobre el Pla d'Acció Tutorial (periodicitat anual).
- Enquesta sobre els serveis generals de l'Escola (periodicitat anual).
- Enquesta sobre les pràctiques externes (periodicitat anual)
- Enquesta sobre la mobilitat (periodicitat anual).
- Enquesta als estudiants de nou accés.
- Enquesta de satisfacció amb el TFG (Afegida el curs 2016-17 fruit de la revisió anual del sistema) (periodicitat anual).

Enquestes als graduats i graduades:

- Enquesta de satisfacció i inserció laboral en el moment de sol·licitar el títol

Enquestes al professorat:

- Valoració de la docència realitzada, dins el protocol *Docentia* d'avaluació del rendiment de què disposa Tecnocampus (periodicitat trimestral).
- Enquesta de satisfacció sobre diversos aspectes referents a l'organització i funcionament d'òrgans i serveis (periodicitat anual).

Enquestes al PAS:

- Enquesta de satisfacció sobre diversos aspectes referents a l'organització i funcionament d'òrgans i serveis (periodicitat anual).

Totes les enquestes es realitzen en format electrònic, a excepció de l'enquesta a titulats, que es realitza en paper.

Els percentatges de participació dels estudiants depenen del tipus d'enquesta. En general, per a les enquestes de realització voluntària, s'obtenen uns percentatges de participació al voltant del 40% i sempre per sobre del 30%. Es consideren adequats els percentatges per sobre del 40%, per la qual cosa es fomenta molt la participació, especialment en les enquestes trimestrals de satisfacció amb la

docència, per a les quals es compta amb la implicació dels estudiants delegats i delegades de curs, del tutor acadèmic, dels coordinadors i coordinadores de Grau i, en última instància, amb la del professorat, que deixa uns minuts de la classes perquè els estudiants responguin l'enquesta. Pel que fa al PDI, la participació és més elevada, superior al 50% en la majoria de casos. Cal indicar, però, que la participació més elevada es dona entre el professorat amb dedicació completa (entre el 50% i el 60%) i molt més baixa entre el professorat a temps parcial que imparteixen menys de 10 ECTS. Pel que fa al PAS, la participació sol estar entre el 60% i el 70%.

Alguns dels processos relacionats amb aquest subestàndard són els següents, (es poden consultar els processos en el portal d'evidències):

- E4.2. Actualitzar i acreditar el model d'avaluació de la docència.
- E4.5. Gestionar l'avaluació docent del PDI
- E6.1. Gestionar les incidències, reclamacions i suggeriments dels estudiants
- E6.2. Gestionar l'enquesta de satisfacció del professorat
- E6.3. Gestionar les enquestes dels estudiants de la satisfacció de la docència.

Els Informes de Seguiment anuals de les titulacions contenen les anàlisis dels principals indicadors acadèmics i dels resultats de les enquestes i conclouen amb els punts forts i punts febles i amb una proposta d'accions a realitzar per a la millora dels resultats que no són prou satisfactoris. Ha estat en el marc dels processos de confecció dels Informes de Seguiment de Centre (ISC) que s'han dut a terme els debats i reflexions que han menat a la presa de decisions de la direcció del centre envers molts aspectes fonamentals en el desplegament dels estudis. Pot afirmar-se que els ISC han estat una eina de gestió molt efectiva i imprescindible per garantir la qualitat de l'oferta formativa.

Veure evidències del subestàndard 3.2

3.3. El SGIQ implementat es revisa periòdicament i genera un pla de millora que s'utilitza per a la seva millora contínua.

El sistema de garantia de qualitat de l'Escola, en el seu procés "*E3.1. Revisar i actualitzar el Sistema Intern de Garantia de Qualitat*", preveu la revisió i millora del propi sistema. Aquesta actualització periòdica del sistema és necessària per adequar-lo a la realitat canviant i assegurar la seva vigència i utilitat. L'informe de seguiment del centre conté els diversos indicadors que es fan servir per a aquesta revisió.

L'òrgan central responsable del SGIQ és la Comissió de Qualitat, i com a tal, és l'òrgan responsable de fer el seguiment, revisar i proposar canvis en el sistema, amb el suport tècnic del Servei de Qualitat, Aprenentatge i Innovació (SQAI). Aquesta comissió es reuneix com a mínim un cop l'any i els seus acords es publiquen a la Intranet de PDI i PAS, a més de difondre'ls entre els assistents.

Concretament, les principals revisions i millores introduïdes en el sistema han estat les següents:

Curs 2014-15

- Es van sistematitzar i detallar els processos de l'Escola. A més, hi havia aspectes com els referents a gestió del personal (PDI i PAS) que abans es tractaven molt superficialment i amb les millores introduïdes quedaven més detallats. També es van introduir processos com l'acreditació o la política de transparència que fins aleshores no s'havien considerat. En tot cas, es va actuar de forma coherent amb el que especificava el sistema de qualitat de la UPF, referència del nostre sistema.
- Es va crear una comissió específica per al seguiment de la qualitat de les titulacions a l'Escola. Fins aleshores, la comissió de qualitat era comú a les escoles de Salut i Empresa de TecnoCampus.
- Es va documentar el contingut dels informes de resultats i satisfacció.
- Es van actualitzar els Òrgans de gestió, direcció i participació a l'Escola, ja que en els últims anys hi havia hagut canvis importants en l'estructura de TecnoCampus que calia incorporar al SGIQ.

Curs 2015-16

- Es va crear el Sistema d'Informació a la Direcció, com a element de suport a la gestió d'indicadors.
- Es va establir el protocol d'avaluació de la docència: *Docentia*.

En la revisió que es va dur a terme aquest curs, es van introduir, també, les següents millores

- Reorganització dels processos del SIGQ, passant de les Q als Estàndards.
- Eliminació dels indicadors dels processos per tal d'agilitzar-ne la seva revisió anual. Els indicadors es recullen per a la memòria de qualitat del Tecnocampus però sense formar part directament del seguiment del SIGQ.

En el moment de redactar aquest autoinforme s'ha finalitzat l'execució del pla de millora del SGIQ corresponent al curs 16/17, que es pot consultar en aquest [enllaç](#) i s'està procedint a la seva revisió.

Es valoren molt positivament els canvis i millores introduïts així com els mecanismes (protocols) per a la revisió sistemàtica i ordenada del propi sistema.

[Veure evidències subestàndard 3.3](#)

Estàndard 4: Adequació del professorat al programa formatiu

4.1. El professorat reuneix els requisits del nivell de qualificació acadèmica exigits per les titulacions del centre i té suficient i valorada experiència docent, investigadora i, si escau, professional.

4.1.1. Professorat necessari i nivell de qualificació acadèmica

Veurem a les evidències d'aquest subestàndard, una taula amb el professorat que el curs 2017-18 imparteix la docència del Grau de Màrqueting i Comunitats Digitals (dades agregades per al Grau i la doble titulació). La taula inclou un breu currículum de cadascun, les assignatures assignades, el nivell acadèmic, el percentatge de crèdit assumits pels doctors i els doctors acreditats, la dedicació al centre (completa o parcial) i, en el cas de les dedicacions completes, el percentatge de dedicació en el Grau de Màrqueting i CD.

Per establir segons la legislació vigent el professorat necessari per dur a terme la impartició del Grau en els seus dos itineraris (Grau únic i doble titulació) i que aquest professorat reuneix els requisits, es relacionen a continuació alguns aclariments relatius al còmput de crèdits que s'assignen al professorat responsable de la seva impartició:

a) Tutories de Pràctiques i TFG

El centre assigna crèdits per a la supervisió de TFG (4 ECTS per al Grau únic i 4 ECTS per a la doble titulació) i per a la supervisió de les Pràctiques (3 ECTS per al Grau únic i 3 ECTS per a la doble titulació), a part dels crèdits assignats a les tutories individuals d'aquestes matèries. L'equivalència en crèdits que l'entitat titular Tecnocampus ha establert per a les tutories de Pràctiques i TFG són les que es relacionen a continuació:

- Tutoria de Pràctiques: 0,14 ECTS
- Tutoria de TFG: 0,38 ECTS

Cal fer notar la dificultat de ser precisos en el càlcul dels percentatges de crèdits assignats a doctors i a doctors acreditats en el cas de les tutories de Pràctiques i TFG, molt variables d'any en any depenent de la tipologia dels TFG i de la càrrega docent assignada. El centre disposa d'una "Normativa per a l'assignació docent del professorat de la ESCSET", en la qual es detallen els criteris d'assignació de les tutories de Pràctiques i TFG establint una prelación entre ells, essent el criteri principal la dedicació permanent al centre i, en el cas del professorat amb dedicació parcial / associat, el fet de ser doctor acreditat o doctor en aquest ordre. Les assignacions de tutories de TFG solen fer-se a finals del mes d'octubre de cada curs, un cop els estudiants han formalitzat la seva matrícula i escollit el tema objecte de desenvolupament. Val a dir que, en la pràctica, el perfil dels tutors s'ha mostrat sempre adequat i, en el cas de Màrqueting i CD, cap d'ells ha estat retirat d'aquesta tasca per insatisfacció dels estudiants o mala praxis, tal com caldria fer d'acord amb l'esmentada Normativa.

Per tot això, per tal de comptabilitzar els percentatges de crèdits de les tutories de Pràctiques i TFG pel que fa al nombre de doctors i doctors acreditats, s'ha fet una estimació tenint en compte els precedents d'anys anteriors i la composició de la plantilla. Les xifres estimades serien d'un 50% de doctors en el cas de les tutories de TFG i d'un 30% en el cas de les tutories de pràctiques. El primer percentatge resulta també del càlcul realitzat a grans trets tenint en compte que la gran majoria de tutories de TFG són assumides per professorat permanent, dels quals el 89,5% són doctors (17 dels 19 contractats). Fent una aproximació similar i tenint en compte les proporcionalitats que es donen en el centre entre professorat doctor i professorat doctor acreditat, s'estima que les tutories de TFG seran assumides per un 20% de professorat acreditat i les de Pràctiques per un 10%.

b) Optativitat

S'ofereix una optativitat mínima de 2 a 1 en el cas del Grau (40 ECTS) però no en el cas de la doble titulació, ja que els estudiants han de matricular obligatòriament assignatures fixes del pla d'estudis d'AdE i GI. Les assignatures optatives varien d'any en any i, d'altra banda, els estudiants poden escollir

com a optatives assignatures dels altres Graus de la ESCSET, tal com es contempla en la Memòria, i és per això que l'oferta d'optativitat és molt més gran que la pròpiament dita.

D'acord amb les especificacions anteriors, el nombre de crèdits necessaris per a impartir els dos grups (Grau únic o doble titulació) són els que es mostren a la taula següent:

Tipus	ECTS
Formació bàsica i obligatoris Grau Màrqueting i CD	194
Formació bàsica i obligatoris doble titulació AdE i GI/ Màrqueting i CD	194
Optatives Grau Màrqueting i CD	40
Optatives doble titulació AdE i GI/ Màrqueting i CD	20
Supervisió TFG Grau Màrqueting i CD	4
Supervisió TFG doble titulació AdE i GI/ Màrqueting i CD	4
Tutories TFG Grau Màrqueting i CD (65 estudiantes x 0,38 ECTS)	24,7
Tutories TFG doble titulació AdE i GI/ Màrqueting i CD (55 estudiants x 0,38 ECTS)	20,9
Supervisió Pràctiques Grau Màrqueting y CD	3
Supervisió Pràctiques doble titulació AdE i GI/ Màrqueting i CD	3
Tutories Pràctiques Grau Màrqueting i CD (65 estudiants x 0,14 ECTS)	9,1
Tutories Pràctiques doble titulació AdE i GI/ Màrqueting i CD (55 estudiants x 0,14 ECTS)	7,7
Total	524,4

D'acord amb el criteri que el 50% dels crèdits totals ha de ser assumit per professorat doctor i el 30% per professorat doctor acreditat, resulta:

Nombre mínim de crèdits que ha de ser assumit per professorat doctor (50%)	262,20
Nombre mínim de crèdits que ha de ser assumit per professorat doctor acreditat (30%)	157,32

En la taula a la que s'ha fet esment a l'inici de l'apartat es descriu la relació de professorat del curs 2017-18, les assignatures que imparteixen o impartiran i la informació corresponent al nivell acadèmic i al percentatge de crèdits assumits pels doctors i doctors acreditats. Les assignatures optatives es distingeixen amb l'abreviatura (Op) a final de la denominació.

Cal també un aclariment pel que fa a les assignatures de Llengua Estrangera. El centre organitza per nivells els ensenyaments de llengües incloses en tots els plans d'estudis, de manera que l'estudiant ha d'assistir al nivell que li correspon independentment del curs a què està matriculat. Un cop assolit el nivell B.2.2 d'anglès, els estudiants poden cursar nivells superiors d'aquesta llengua o bé cursar altres llengües (a hores d'ara alemany, francès i italià). Això implica que siguin molts els professors/es implicats en la impartició d'aquestes assignatures, sent molt pocs els que estan en possessió del títol de doctor (encara que tots ells amb títol oficial homologat). És per això que en la taula no se'n comptabilitza cap com a tal.

Segons es desprèn d'aquesta informació, resulta:

Nombre i percentatge de crèdits assumits per professorat doctor	345,84	65,949%
Nombre i percentatge de crèdits assumits per professorat doctor acreditat	104,77	19,98%

A hores d'ara es compleix, doncs, amb escriure el percentatge de professorat doctor necessari, situació que s'ha vingut donant curs a curs al llarg del procés d'implantació del Grau, tal com es requereix d'acord amb el RD 420/2015, de 29 de maig, de creació, reconeixement, autorització i acreditació d'universitats i centres universitaris. Això és així malgrat les dificultats per trobar professorat dels àmbits del Màrqueting i les Comunitats Digitals amb un bon perfil acadèmic, per ser aquestes unes disciplines molt noves de les quals s'han desplegat sis noves ofertes a Catalunya (el Grau de l'ESCSET va ser el primer a Catalunya de les seves característiques) necessitant totes elles de professorat d'un d'aquests perfils.

El Màrqueting, considerat com a disciplina independent i no com intensificació curricular dins dels estudis d'Administració d'Empreses, és relativament nova a la universitat espanyola. El seu ràpid creixement en demanda de professionals en el mercat laboral, amb les seves múltiples facetes i perfils

professionals afavorits per la globalització econòmica i del comerç mundial, l'han fet cada vegada més atractiva com a sortida professional, i la universitat està cobrint les noves necessitats amb cert retard per preparar i atendre aquesta demanda mitjançant els nous perfils acadèmics que requereix aquesta disciplina. És per això que en aquests moments no és fàcil trobar doctors especialitzats en Màrqueting o Comunitats Digitals, i menys encara doctors acreditats. Els resultats de l'ESCSET en aquest sentit poden doncs considerar-se satisfactoris.

Per esmenar la falta de doctors acreditats i complir així als objectius proposats en els successius plans de millora del centre, s'han posat en marxa diverses mesures els fruits de les quals han de ser avaluades a curt o mitjà termini:

a) Mesures incentivadores a curt termini: La Fundació TecnoCampus, entitat titular de l'Escola, ha posat en marxa un Pla d'Acreditació del PDI de TecnoCampus per fomentar l'acreditació del professorat permanent i incentivant la seva consecució (veure evidència). Es tracta d'un Pla temporal, que finalitza al desembre de 2019, i en l'actualitat ja són molts els professors/es que pretenen acollir-se a ell. Concretament, i pel que fa al professorat del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals, són set els professors/es amb règim de dedicació completa que ja han demanat o tenen previst sol·licitar a curt termini l'acreditació, ja sigui a través de AQU-Catalunya o de ANECA. Aquests professors/es imparteixen en el seu conjunt un total de 63 ECTS en el Grau, amb la qual cosa, en el cas d'aconseguir l'acreditació, el percentatge de crèdits assumits per doctors acreditats arribaria al 31,992% a finals del 2019 (veure quadre al final d'aquest apartat).

b) Mesures d'estímul i potenciació de la investigació. El centre ha inclòs a la seva planificació estratègica per als propers anys la potenciació de la recerca entre el professorat. Aquesta mesura -inclosa també en el Pla estratègic 2017-2022 de TecnoCampus- ha de permetre i facilitar la investigació grupal així com gaudir d'incentius de reducció docent i millores salarials mitjançant l'accés a categories superiors o mitjançant retribucions addicionals per èxits en la recerca (és de destacar que en aquests moments s'està en plena negociació d'un nou conveni col·lectiu per al qual ja hi ha consens entre els treballadors i l'entitat titular per contemplar aquests aspectes, la concreció dels quals haurà de ser recollit en el *Pla d'Investigació de TecnoCampus* també en procés de revisió).

Així mateix, s'espera que la investigació grupal i compartida afavoreixi la producció científica del professorat, tal com ja es ve constatant amb l'augment de publicacions científiques realitzades entre professorat doctor acreditat i professorat en vies d'acreditació que formen part del mateix grup i comparteixen els mateixos interessos de recerca.

En el punt 4.1.5. d'aquest mateix apartat es relaciona l'activitat investigadora del professorat.

Amb aquestes mesures, s'espera que el centre pugui aconseguir el percentatge de doctors acreditats en el Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals a mitjans o finals del 2019, és a dir, dins dels límits establerts en l'esmentat RD 420/2015.

Pel que fa al professorat amb dedicació parcial, l'estratègia del centre és anar incorporant doctors acreditats, tal com es reflecteix en les convocatòries que cada any el centre fa públiques per a la captació de nou professorat.

Per tot això, la previsió mínima pel que fa al percentatge de crèdits impartits per doctors i doctors acreditats -sense comptar les incorporacions a temps parcial- a finals de l'any 2019 i preveient ja la implantació de les modificacions en el Pla d'Estudis, és la següent:

Nombre i percentatge de crèdits assumits per professorat doctor	345,84	65,949%
Nombre i percentatge de crèdits assumits per professorat doctor acreditat	167,77	31,992%

4.1.2. Perfil del professorat del Grau de Màrqueting i Comunitats Digitals

La majoria de professorat compta amb una llarga experiència docent, sobretot els que estan amb dedicació completa (permanent) al centre i els adscrits a la matèria d'Administració d'Empreses, de més llarga tradició a l'Escola.

La dedicació permanent o completa implica la impartició de 30 ECTS anuals, i el professorat a temps parcial pot impartir un màxim de 20 ECTS. Cal aclarir que a Tecnocampus el professorat a temps parcial es denomina amb el genèric *professorat associat*, és a dir, el concepte de professor o professora associat o associada no té exactament les mateixes connotacions que a la universitat pública. En el llenguatge habitual de Tecnocampus es parla sempre de professorat permanent o associat quan es tracta de professorat a temps complet o parcial respectivament.

El professorat està adscrit a *Àmbits de Coneixement*, configurats a partir de les diferents matèries contemplades en el Pla d'Estudis. La següent taula mostra la distribució del professorat del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals per àmbits i segons nivell acadèmic (excloses les assignatures optatives, les Pràctiques i el TFG):

Matèria	Crèdits impartits	Crèdits impartits per Professorat permanent	Crèdits impartits per Professorat doctor	Crèdits impartits per Professorat doctor acreditat
Administració i Organització d'Empreses	140	68	84	28
Màrqueting	120	22	64	30
Comunitats Digitals	128	26	102	6
	388	116 (29,89%)	250 (64,43%)	64 (16,49%)

Pel que fa a la plantilla de professorat a temps parcial (associats), en la majoria de casos són acadèmics que comparteixen docència amb altres centres universitaris o professionals de l'empresa que compaginen la seva activitat docent amb la seva activitat professional. Les tasques que exerceixen són les de consultoria o altres vinculades amb el Màrqueting en empreses de reconegut prestigi. Aquest perfil resulta extremadament interessant en un Grau com el de Màrqueting i Comunitats Digitals, altament professionalitzador. La visió de la professió, transmesa pel docent, és el reflex de l'escenari en què es trobaran els estudiants en un futur no molt llunyà. Aquest binomi acadèmia- empresa és fonamental a l'ESCSET i es manté com a model d'Escola.

En un altre ordre, també és de destacar el professorat visitant, acadèmics o professionals, que ocasionalment però de menar sovintejada són convidats a les aules per donar una visió més pràctica als temes tractats en la respectiva assignatura.

4.1.3. Assignació de docència, TFG i Pràctiques

En la *Normativa d'assignació docent* del centre s'estableixen els criteris per a l'assignació de la docència entre el professorat que tenen en compte, per ordre de prelación, la idoneïtat del títol del professor/a, la dedicació al centre, la categoria laboral, la càrrega lectiva i l'antiguitat.

Assignació de les assignatures bàsiques i de primer curs: L'assignació de les assignatures comença a fer-se amb les de primer curs i les de Formació Bàsica, per tal que en aquestes hi hagi el professorat amb més experiència docent i millors resultats en l'avaluació de la seva tasca d'acord amb el programa *Docentia* implantat al centre.

Assignació de les tutories de TFG. La mateixa recull els criteris generals per a l'assignació d'aquestes tutories i en la *Normativa de TFG* del centre se n'especifica el procediment.

El supervisor/a de TFG del Grau és la persona designada per la direcció que s'encarrega de l'organització dels Treballs de Final de Grau.

L'assignació dels tutors/es, és aprovada anualment per la Junta de Direcció del centre a proposta de la Comissió de TFG de l'Escola, òrgan contemplat en la *Normativa de TFG* que té entre les seves funcions elaborar la proposta anual d'assignacions de tutories de TFG. La Comissió de TFG està formada pel supervisor/a, els coordinadors/es de les titulacions o persones en qui deleguin, i pel director/a del Grup de Recerca del centre.

Pot ser tutor/a de TFG qualsevol professor/a del centre que ho sol·liciti abans d'iniciar el curs acadèmic, podent incloure en la mateixa sol·licitud una proposta de temes a desenvolupar pels estudiants. Cada curs, en funció de la matrícula, la direcció del centre estableix el nombre màxim d'estudiants que pot tutoritzar un mateix professor/a, tant per a cada titulació com en el conjunt de titulacions del centre.

Per a l'assignació docent de les tutories de TFG se segueix la prelación en l'ordre de criteris següent:

- Per tal de garantir la qualitat de la docència, el criteri que preval és la idoneïtat, és a dir, l'especificitat científica i docent del professor/a, la seva trajectòria i experiència docent i professional, la capacitat docent i el domini dels continguts.
- La dedicació al centre del professorat, essent els primers a considerar els professors/es amb dedicació permanent. Dintre d'aquests, es prioritza el professorat amb major categoria professional i, en segon lloc, els de major antiguitat.
- Posteriorment es tria el professorat associat, atenent l'estabilitat del seu contracte i al nivell acadèmic que tinguin. Es prioritza, per aquest ordre, el professorat doctor acreditat i el professorat doctor.
- En el cas de TFG orientats a la creació d'empreses, es prioritza el professorat amb experiència professional prèvia, preferentment com a emprenedor/a.

El supervisor/a de TFG proporciona anualment als estudiants una relació de temes que poden ser objecte d'un TFG i informa del professorat que pot ser-ne tutor. Així mateix, els estudiants poden presentar les seves pròpies propostes.

En les evidències d'aquest subestàndard, tenim una llista de temes de TFG amb el nom dels professors els tutoritzen en el curs 2017-2018.

Tots els estudiants han de presentar en els terminis establerts una *Fitxa de sol·licitud del TFG* on indiquen el projecte que volen desenvolupar. Així mateix, a modus orientatiu, els estudiants poden fer una proposta del tutor que els agradaria que fes el seguiment del seu projecte (tot i que el tutor assignat el decidirà la Comissió de TFG).

Assignació de les tutories de Pràctiques. La mateixa *normativa d'assignació docent* recull els criteris generals per a l'assignació d'aquestes tutories i en la *Normativa de Pràctiques* del centre se n'especifica el procediment.

El supervisor/a de Pràctiques del centre és la persona designada per la direcció que s'encarrega de l'organització de les pràctiques i, entre les seves funcions, hi ha l'assignació dels tutors/es acadèmics d'acord amb la relació de professorat disponible per aquesta tasca aprovada per la Junta de Direcció del centre.

Pot ser tutor/a de Pràctiques qualsevol professor/a del centre que ho sol·liciti abans d'iniciar el curs acadèmic. Cada curs, en funció de la matrícula, la direcció del centre estableix el nombre màxim d'estudiants que pot tutoritzar un mateix professor/a.

El primer criteri per a l'assignació de les tutories de Pràctiques és la dedicació al centre del professorat, essent els primers a considerar els professors/es amb dedicació permanent. Dintre d'aquests, es prioritza el professorat amb major categoria professional i, en segon lloc, els de major antiguitat.

Posteriorment es tria el professorat associat, atenent l'estabilitat del seu contracte i al grau acadèmic que tinguin. Es prioritza, per aquest ordre, el professorat doctor acreditat i el professorat doctor.

Al finalitzar les Pràctiques, l'estudiant haurà de respondre una enquesta sobre la seva satisfacció respecte la tasca realitzada pel tutor/a i, d'altra banda, el supervisor/a de Pràctiques valora la tasca del tutor/a segons criteris preestablerts. En el cas que la valoració global d'estudiants i supervisor/a no sigui satisfactòria, el professor/a no podrà ser novament tutor/a de Pràctiques durant els tres cursos acadèmics següents.

4.1.4. Selecció i contractació del professorat

L'any 2014 va suposar la signatura i aplicació d'un nou conveni laboral a Tecnocampus aplicable a tots els centres universitaris (actualment en procés de renovació). Amb aquest nou marc de contractació, la incorporació de docents a la ESCSET s'ha fet mitjançant un procés transparent i deliberatiu amb la participació activa de la UPF. Les convocatòries de professorat es fan públiques amb la suficient antelació i en cada cas es defineixen els requisits, els aspectes valorables i els criteris i barems per a les puntuacions.

Les comissions de selecció del professorat associat estan constituïdes per la directora, la cap d'estudis i el coordinador o coordinadora del Grau respectiu. A banda del compliment dels criteris, els candidats seleccionats han de passar una entrevista.

Per a la selecció del professorat permanent els requisits són més estrictes (mínim tenir el doctorat) i la comissió de selecció incorpora un representant de la UPF. A banda de l'entrevista, el candidat o candidata ha de fer una exposició davant la comissió de selecció d'un tema relacionat amb la docència en l'àmbit de coneixement respectiu i una explicació dels principals resultats assolits en l'àmbit de la Recerca.

4.1.5. L'activitat de Recerca del professorat

Tal com s'esmentava en el capítol 1 en la presentació de centre, la Recerca que realitza el professorat de manera individual i en les temàtiques que els hi són pròpies és cada any més elevada, tal com pot veure's en les Memòries anuals d'activitat del centre.

A partir del curs 2015-16, en el marc de la *Normativa per al Reconeixement de Grups de Recerca a Tecnocampus*, a l'ESCSET es configura un únic Grup, fusionant els dos que existien fins aleshores, el GRABET a l'entorn del Turisme, i el CEO a l'entorn de l'Emprenedoria, i ampliant l'acció investigadora a l'entorn de noves línies de recerca que realitza el professorat doctor o doctorand:

- i) Turisme, Habitatge i Transport
- ii) Economia Social
- iii) Emprenedoria
- iv) Finances
- v) Logística i Negocis Marítims

El Grup es denomina GRAEFES (Grup de Recerca Aplicada en l'Entorn Financer, Econòmic i Social) i al febrer de 2018 ha estat reconegut com a grup emergent per part de la Generalitat de Catalunya (GRAEFES-SGR535).

La finalitat del grup és la realització de recerca i transferència de coneixement i, a nivell de centre, pretén afavorir la investigació grupal i col·laborativa amb l'objectiu, així mateix, de facilitar l'acreditació del professorat. Una bona mostra de què se segueix aquesta línia és el creixent nombre d'articles publicats conjuntament per professorat acreditat amb un altre en procés d'acreditació. Un objectiu més a llarg termini és aconseguir ser un referent en alguna de les línies de major interès entre el professorat, com ara la d'Emprenedoria, per ser aquesta també una de les línies curriculars més singulars del centre.

El grup està format per 18 professors/es doctors amb dedicació permanent al centre, 6 doctors a temps parcial, dos doctorands a temps parcial, tres professors associats no doctors i una doctora d'una altra universitat. Pel que fa a la producció científica, en els últims cinc anys el professorat del grup ha publicat 33 articles en revistes indexades, 13 articles en altres *journals*, ha liderat 3 projectes d'Investigació i ha participat en altres projectes liderats per altres universitats.

Concretament i pel que fa al curs 2016-17, la producció del Grup ha estat la següent:

- Obtenció d'un projecte MCINN (ECO2016-78816-R), essent el Dr. Josep Maria Raya de l'ESCSET l'investigador principal.
- Projectes de recerca sol·licitats: 4.

- Articles JCR publicats durant el curs: 9 (de 5 investigadors)
- Articles presentats a congressos:12 (de 7 investigadors)
- 3 tesis dirigides i 2 tesis llegendes

Pot consultar-se informació més detallada a la pàgina web de Recerca de l'ESCSET: <https://www.tecnocampus.cat/ca/recerca/GRAEFES>.

La línia de Comunitats Digitals, Màrqueting i Economia del comportament ha estat recentment incorporada dins dels interessos del grup atenent a la recerca del professorat que ja està treballant en aquests àmbits i dins de les línies següents:

- i) Noves formes de comunicació, especialment centrada en com comuniquen les empreses i en els efectes de la digitalització en els models de comunicació que utilitzen.
- ii) Economia del comportament, que explica com les decisions econòmiques no es prenen de forma conscient i racional sinó de forma intuïtiva i emocional, majorment basades en pre-conceptes i no en informació racional. Aquests conceptes aplicats al Màrqueting han derivat en la neurociència de consum o neuromàrqueting
- iii) Màrqueting, es tracta de la línia més clàssica dins de la investigació en màrqueting sobre l'impacte de la publicitat i les diferents campanyes de màrqueting sobre diferents indicadors d'una empresa. Així mateix, aquesta línia també tracta de conèixer els factors inherents i les estratègies de fixació dels preus.

El Grup també aglutina la Recerca que es fa en el marc de la **Càtedra d'Economia Social** –Tecnocampus-creada a finals del 2015. Es tracta d'un projecte que, en el poc temps que està en marxa, ha superat amb escreix les expectatives que s'havien generat en el seu entorn. En un any s'han realitzat activitats formatives i de transferència de coneixement que han permès la seva projecció i posicionament, tant en el món acadèmic com en l'entorn social i territorial, així com l'autofinançament. Els projectes per a l'any 2017-2018 han de permetre la seva internacionalització i presència més enllà de l'entorn territorial en què desenvolupa les seves activitats. També per aquest curs està prevista la creació de la pàgina web de la càtedra (actualment en construcció).

Els projectes de Recerca i transferència més rellevants que s'han dut a terme en el marc de la Càtedra han estat els següents:

- *Penetració de les TIC a les empreses d'economia social*. Autors: Alex Araujo i Victor Jordan. Caixa d'Enginyers
- *Història de la Caixa d'Enginyers*. Autors: Eloi Serrano i Yolanda Blasco (UB). Caixa d'Enginyers
- *Mapa del cooperativisme català 1970-2016*. Autors: Esther Martínez, Patricia Crespo, Dolors Celma, Eloi Serrano. Fundació Roca i Galès
- *Introducció a la Gestió d'Empreses d'Economia Social (Manual)*. Diversos autors del centre. Diputació de Barcelona.
- *Introducció a la Gestió d'Empreses d'Economia Social – Casos Pràctics (Manual)*. Diversos autors del centre. Diputació de Barcelona.

Resultats esperats del grup GRAEFES en els propers 3 anys:

Recerca

1. El grup pretén continuar amb la línia de producció científica d'alt nivell i produir més de 10 articles del *Journal of Citation Reports*.
2. Es planteja augmentar la taxa d'articles publicats en revistes del primer quartil dels diferents àmbits (*Economics, Management, Finance, Urban Studies, Hospitality and Transport*).
3. Aconseguir almenys un projecte competitiu entre les convocatòries de la Comissió Europea, Ministeri d'Economia i competitivitat i RecerCaixa (entre d'altres).
4. Promoció d'una trobada internacional d'experts (*workshop*) sobre temes d'interès en alguna àrea d'investigació (almenys) del grup.

Transferència de coneixement

1. Constitució de l'Observatori de Turisme de la comarca del Maresme que té com a objectiu la identificació i creació d'unes eines que valorin quantitativament i qualitativament el turisme del Maresme perquè les institucions públiques i privades disposin de la informació i de l'anàlisi dels experts turístics .
2. Consolidació de la Càtedra d'Economia Social.
3. Mantenir la participació en altres projectes de transferència del coneixement en què almenys un hauria de tenir com a investigador principal un membre del grup.
4. Consolidar un pressupost de transferència de coneixement superior als 70.000 € anuals que permeti crear una estructura d'investigació i donar-li difusió a través d'un espai web i diverses xarxes socials.

Formació d'investigadors

1. Dirigir més de dues tesis doctorals per part de membres del grup.
2. Que gran part dels membres del grup siguin doctors acreditats o en vies d'acreditació.
3. Dissenyar programes formatius (Postgraus, cursos d'especialització, assignatures optatives) en àrees de recerca del grup.
4. Realitzar algun seminari de recerca internacional en alguna de les àrees del grup.
5. Convocatòries de beques predoctorals i postdoctorals.

4.1.6. Avaluació del professorat

L'ESCSET té implantat un **Programa d'avaluació del rendiment del professorat**. Per al professorat amb dedicació total al centre, el programa contempla tres dimensions: i) Docència, ii) Recerca i iii) Gestió/Participació. L'avaluació d'aquestes dimensions en el seu conjunt va lligada a la consecució d'incentius econòmics triennals. Per al professorat associat només s'avalua la docència i no va lligat a incentius.

Avaluació de la Docència: s'aplica el programa *Docentia*, configurat a partir de models ja existents en universitats públiques (quinquennis) o privades i actualment sotmès a l'avaluació d'AQU per tal d'aconseguir-ne l'acreditació. El *Docentia* contempla bàsicament quatre aspectes: una autoavaluació, els resultats de l'enquesta de satisfacció dels estudiants, els programes de formació en què hagi assistit el professor/a i els projectes d'innovació docent en què hagi intervingut. Els resultats del *Docentia* són uns dels principals referents per a la direcció del centre per decidir l'assignació docent.

Avaluació de la Recerca: Tecnocampus té signat un conveni amb AQU-Catalunya per tal que el professorat pugui sotmetre's a l'avaluació de sexennis a l'igual que el professorat de les universitats públiques. D'altra banda, a nivell intern, la Recerca del professorat a temps complet és avaluada cada tres anys amb criteris homologables dins del *Programa d'avaluació del rendiment del professorat*.

Avaluació de la Gestió/Participació: Tot i que amb ponderacions més baixes que les avaluacions de la docència i la Recerca, a Tecnocampus també s'avalua de manera triennal la implicació del professorat permanent en la gestió del centre (assumpció de càrrecs i encàrrecs) o la participació en activitats que tinguin repercussió institucional (p.ex. captació d'estudiants o activitats de repercussió social en el territori).

L'avaluació que se'n fa de l'aplicació d'aquest sistema d'avaluació és altament positiva. A les evidències d'aquests subestàndard, podem consultar el manual *Docentia*.

4.1.7. Satisfacció dels estudiants

Es mostren a continuació les dades de satisfacció dels estudiants els quatre últims cursos pel que fa a la tasca docent del professorat. L'enquesta es passa als estudiants cada trimestre i consta de nou preguntes, de les quals les dues primeres serveixen per avaluar l'assignatura i les set últimes per avaluar la tasca del professor/a. Pel que fa a la participació, varia d'un trimestre a l'altre, mostrant-se els

estudiants més participatius en el primer trimestre i menys en el segon i tercer. En el cas de Màrqueting i CD, la participació mitjana en el curs 16/17 ha estat d'un 34% i en la doble titulació AdE/Màrqueting d'un 26%, també en el mateix curs.

Les set preguntes que es formulen sobre el professorat i els resultats obtinguts són els següents:

Preguntes referents a la tasca del professorat

- Q3. El professor/a es mostra accessible (e-mails, hora de visita, etc.)
 Q4. El professor/a ha complert adequadament les seves obligacions docents (compliment del pla docent, puntualitat, etc.).
 Q5. El professor/a ens ha proporcionat suficients activitats per fer fora de l'aula.
 Q6. El professor/a ha compaginat adequadament la teoria amb la pràctica.
 Q7. S'ha treballat de forma regular a l'Aula virtual.
 Q8. El professor/a ha aconseguit que m'interessi l'assignatura.
 Q9. Estic satisfet/a amb la docència rebuda.

Màrqueting i Comunitats Digitals								
	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	\bar{x}
2013-14	7,33	7,02	6,59	6,74	5,77	5,87	6,01	6,475
2014-15	6,97	6,88	7,12	6,78	6,36	5,95	6,26	6,617
2015-16	7,44	7,79	7,73	7,48	7,16	6,69	7,07	7,337
2016-17	7,31	7,51	7,24	6,95	6,80	6,10	6,55	6,923
Doble titulació AdE i GI / Màrqueting i CD								
	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	\bar{x}
2013-14	7,03	7,06	6,95	6,89	6,24	5,90	6,28	6,621
2014-15	7,88	8,14	8,01	7,88	7,39	7,17	7,51	7,711
2015-16	7,68	7,81	7,72	7,61	6,97	6,68	7,11	7,368
2016-17	7,57	7,66	7,58	7,39	7,11	6,52	6,93	7,251

Valoració professorat

El centre es mostra molt satisfet amb la plantilla de professorat del Grau de Màrqueting, tant per la seva implicació com per l'actitud en escriure positiva a l'hora de participar en els òrgans i reunions de coordinació docent en els quals hi és convocat. Malgrat ser una plantilla amb poc professorat amb dedicació permanent, la seva manca mai ha suposat cap problema, ni per la falta d'atenció a l'estudiant ni per deixar d'atendre les seves obligacions que, com a docent, fixa la direcció de l'Escola (ús del Moodle, puntualitat a l'hora de les qualificacions i revisions, coordinació entre professors de la mateixa assignatura, avaluació continuada,...). Això és veu reflectit en els resultats de satisfacció dels estudiants, que qualifiquen la tasca de professorat amb valoracions a l'entorn del 7 (6,923 els estudiants del Grau únic i 7,251 els estudiants de la doble titulació el curs 2016-17).

D'altra banda, malgrat que manca encara assolir el percentatge de professorat doctor acreditat, val a dir que això no es nota a les aules, ja que, en termes globals, els estudiants valoren molt positivament el professorat associat que és alhora professional del sector.

Aquesta reflexió no implica, no obstant, una acceptació de l'actual situació, sinó, ans al contrari, hi ha el convenciment que més enllà del compliment de determinats indicadors, l'augment del nombre de professorat permanent i de professorat doctor acreditat contribuirà a la consolidació d'aquests estudis a curt termini i a l'excel·lència a mig i llarg termini, ja que és en definitiva aquest professorat que s'implicarà en major intensitat en projectes d'innovació docent i en la Recerca, essencials per al manteniment de la qualitat aconseguida. És per això que en el Pla de millores s'incorporen accions en aquest sentit.

Veure evidències subestàndard 4.1

4.2. El professorat del centre és suficient i disposa de la dedicació adequada per desenvolupar les seves funcions i atendre als estudiants.

4.2.1 Dedicació del professorat

En la taula de professorat que es mostra com a evidència s'indica la dedicació de cada professor/a segons si és completa (permanent) al centre o parcial (associat). En l'última columna de la taula s'indica, per al cas del professorat amb dedicació completa o permanent, el percentatge de dedicació al Grau amb l'objectiu de demostrar la no contradicció amb la docència assignada a aquests professors a altres títols del centre. També en aquest cas i en referència a les tutories de Pràctiques i TFG, cal fer notar que els crèdits assignats al professorat permanent per aquests conceptes es comptabilitzen a part dels 30 ECTS contractats per acord de l'entitat titular.

Tal com es desprèn de la taula, el nombre i percentatge de crèdits assumits per professorat amb dedicació completa i amb dedicació parcial són els següents (excloent les assignatures optatives i les tutories de Pràctiques i TFG):

Nombre i percentatge de crèdits assumits per professorat permanent	116	29,89%
Nombre i percentatge de crèdits assumits per professorat a temps parcial	272	70,10%

El Conveni Laboral vigent a Tecnocampus contempla cinc categories per al professorat amb dedicació completa: catedràtic (acreditació de Recerca avançada), titular (acreditació de Recerca), doctor acreditat (Lector o ajudant doctor), doctor i professor.

La distribució del professorat per dedicacions i categories és la següent:

Associat	24,74
Associat-Doctor	25,26
Associat-Acreditat	7,73
Total crèdits impartits per professorat a temps parcial	272
Professor/a	27,84
Doctor	64,43
Doctor Acreditat	16,49
Titular	5,67
Total crèdits impartits per professorat a temps complet	116

La plantilla de professorat associat és elevada. Tal com s'ha remarcat en l'apartat 4.1., en la majoria de casos són acadèmics que comparteixen docència amb altres centres universitaris o professionals de l'empresa que compaginen la seva activitat docent amb la seva activitat professional.

És important remarcar que tota la plantilla, tant si es tracta de professorat permanent com associat, esmerça molta dedicació a tasques d'assessorament, seguiment dels estudiants i atenció i resolució de problemes vinculats a la titulació, tal com reconeixen els estudiants. En aquest sentit, tot el professorat ha de disposar obligatòriament de com a mínim una hora setmanal per atendre els estudiants dins de les franges horàries en què s'imparteix el Grau.

El centre té prevista la incorporació de més professorat permanent en el Grau de Màrqueting i CD els pròxims cursos. Un cop desplegat el Grau i la doble titulació, és el moment idoni per incorporar professorat amb dedicació completa, ja que cal fer notar que mentre dura el desplegament d'un Grau és difícil incorporar professorat permanent, sobretot de les matèries més noves en el centre com són les de Màrqueting i Comunitats Digitals, de les quals no hi ha prou assignatures per completar dedicacions fins a la implantació total. En canvi, per a la matèria d'Administració i Organització d'empreses, el centre ja ha pogut comptar també per a aquest Grau amb professorat amb dedicació completa, ja que és una matèria de llarga tradició en el centre. També és important remarcar, tal i com s'ha comentat a l'apartat anterior, que cada vegada resulta més difícil trobar professorat dels àmbits del Màrqueting i les Comunitats Digitals amb un bon perfil acadèmic, per ser aquestes unes disciplines molt noves respecte les quals s'han desplegat sis noves ofertes a Catalunya (el Grau de l'ESCSET a ser

el primer a Catalunya de les seves característiques) necessitant, totes elles de professorat d'aquest perfil.

Gestió

A banda del professorat que imparteix docència en assignatures del Pla d'Estudis, altre professorat del centre exerceix tasques de gestió i de suport al Grau. Es compta amb un coordinador i un coordinador adjunt exclusius per al Grau i la doble titulació i, de manera compartida, els responsables de Pràctiques, TFG, Acció Tutorial, Mobilitat internacional i Emprenedoria del centre també donen suport als estudiants i professorat del Grau de Màrqueting i CD en particular. A banda, la cap d'estudis i la cap d'estudis adjunta juntament amb el coordinador i el coordinador adjunt, són els responsables d'orientar els estudiants i de coordinar el professorat.

4.2.2 Satisfacció dels estudiants amb la funció docent del professorat

Es mostren a continuació les dades de satisfacció dels estudiants dels quatre últims cursos pel que fa a la tasca docent del professorat. L'enquesta es passa als estudiants cada trimestre i consta de nou preguntes, de les quals les dues primeres serveixen per avaluar l'assignatura i les set últimes per avaluar la tasca del professor/a. Pel que fa a la participació, varia d'un trimestre a l'altre, mostrant-se els estudiants més participatius en el primer trimestre i menys en el segon i tercer. En el cas de Màrqueting i CD, la participació mitjana en el curs 2016-17 ha estat d'un 34% i a la Doble titulació AdE/Màrqueting d'un 26%, també en el mateix curs.

Les set preguntes sobre el professorat i els resultats obtinguts són els següents:

Preguntes referents a la tasca del professorat

- Q3. El professor/a es mostra accessible (e-mails, horari de visita, etc.).
- Q4. El professor/a ha complert adequadament les seves obligacions docents (compliment del pla docent, puntualitat, etc.).
- Q5. El professor/a ens ha proporcionat prou activitats per fer fora de l'aula.
- Q6. El professor/a ha compaginat adequadament la teoria amb la pràctica.
- Q7. S'ha treballat de forma regular a l'Aula virtual.
- Q8. El professor/a ha aconseguit que m'interessi l'assignatura.
- Q9. Estic satisfet/a amb la docència rebuda.

Màrqueting i Comunitats Digitals								
	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	\bar{x}
2013-14	7,33	7,02	6,59	6,74	5,77	5,87	6,01	6,475
2014-15	6,97	6,88	7,12	6,78	6,36	5,95	6,26	6,617
2015-16	7,44	7,79	7,73	7,48	7,16	6,69	7,07	7,337
2016-17	7,31	7,51	7,24	6,95	6,80	6,10	6,55	6,923
Doble titulació AdE i GI/Màrqueting i CD								
	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	\bar{x}
2013-14	7,03	7,06	6,95	6,89	6,24	5,90	6,28	6,621
2014-15	7,88	8,14	8,01	7,88	7,39	7,17	7,51	7,711
2015-16	7,68	7,81	7,72	7,61	6,97	6,68	7,11	7,368
2016-17	7,57	7,66	7,58	7,39	7,11	6,52	6,93	7,251

Valoració professorat

El centre es mostra molt satisfet amb la plantilla de professorat del Grau en Màrqueting, tant per la seva implicació com per l'actitud àmpliament positiva a l'hora de participar en els òrgans i reunions de coordinació docent en què és convocat. Tot i ser una plantilla amb poc professorat amb dedicació permanent, la seva falta mai ha suposat cap problema, ni per la falta d'atenció a l'estudiant ni per deixar d'atendre les seves obligacions que, com a docent, fixa la direcció de l'Escola (ús de Moodle, puntualitat a l'hora de les qualificacions i revisions, coordinació entre professors de la mateixa assignatura, avaluació contínua...). Això és veu reflectit en els resultats de satisfacció dels estudiants,

que qualifiquen la tasca de professorat amb valoracions al voltant del 7 (6,923 els estudiants del Grau únic i 7,251 els estudiants de la Doble titulació el curs 2016-17).

D'altra banda, tot i que encara falta aconseguir el percentatge de professorat doctor acreditat, cal dir que això no es nota a les aules, ja que, en termes globals, els estudiants valoren molt positivament el professorat associat que és alhora professional del sector.

Aquesta reflexió no implica, però, una acceptació de l'actual situació, sinó, al contrari, hi ha el convenciment que més enllà del compliment de determinats indicadors, l'augment del nombre de professorat permanent i de professorat doctor acreditat contribuirà a la consolidació de aquests estudis a curt termini i a l'excel·lència a mig i llarg termini, ja que és en definitiva aquest professorat que s'implicarà en major intensitat en projectes d'innovació docent i en la Investigació, essencials per al manteniment de la qualitat aconseguida. És per això que en el Pla de millores s'incorporen accions en aquest sentit.

[Veure evidències subestàndard 4.1](#)

[Veure evidències subestàndard 4.2](#)

4.3. La institució ofereix suport i oportunitats per millorar la qualitat de l'activitat docent i investigadora del professorat.

4.3.1. Suport a l'activitat docent

El professorat de l'ESCSET (i de Tecnocampus en general) disposa d'una sèrie de serveis dedicats a donar-li suport en la seva tasca docent. Destaca el Servei per a la Qualitat, Aprenentatge i Innovació (SQAI), que té com a missió donar suport a la millora de la qualitat de la docència i la promoció de la innovació educativa. Dins del seu pla d'actuació destaca la Innovació, la formació del professorat, la qualitat i la planificació acadèmica.

4.3.1.1. Formació i assessorament al professorat

En la seva intervenció directa per al professorat, l'SQAI participa en:

- Acollida del professorat: per a l'ESCSET és important que el professor que participa per primera vegada en una de les titulacions es senti part d'un projecte compartit, que traspasa l'àmbit de la seva o seves assignatures. En aquest sentit, la direcció, cap d'estudis i coordinadors s'encarreguen de contextualitzar la institució, l'escola i el títol i li donen informació sobre el perfil de l'estudiant que s'està formant i les particularitats dels plans d'estudi. L'SQAI intervé a continuació per facilitar el suport i les eines que el professor té a la seva disposició al Tecnocampus, tant per a la planificació de l'assignatura, la seva implementació i avaluació. El nou professor/a és convidat a sessions d'acollida conjuntes amb altres professors de nova incorporació en les quals es donen les bases perquè puguin treballar en els seus plans docents i perquè puguin estructurar i preparar les seves aules en línia Moodle com a centre d'operacions per a la informació, comunicació i avaluació de les seves assignatures.
- Formació contínua. Ajuntant els esforços dels serveis de Recursos Humans i SQAI, s'elabora anualment un programa de formació per al professorat. Si bé la proposta de formació permanent inclou aspectes relacionats amb la investigació i els idiomes, SQAI es centra en la formació relacionada amb la millora de la qualitat docent. Les universitats catalanes, reunides en el grup interuniversitari Gifd, han concretat sis competències que tot professor universitari ha de tenir: competència interpersonal, metodològica, de planificació, de comunicació, treball en equip i d'innovació. L'SQAI ha sumat la competència digital per al professorat de

Tecnocampus i al llarg de l'any ofereix un programa de formació anual que inclou propostes per a cadascuna de les set competències.

A la intranet de TecnoCampus, tot el personal, tant PDI com PAS, pot accedir a través de la pestanya "Formació Personal" a tota l'oferta de cursos que es van oferint al llarg de l'any i per a cada trimestre en particular. En aquesta pàgina també es poden sol·licitar ajuts per assistir a programes específics individuals o proposar noves ofertes.

Els cursos que s'ofereixen es distingeixen en quatre modalitats:

FORMACIÓ COMPETENCIAL: Comprèn cursos per al desenvolupament de competències. En el moment de redactar aquestes línies (març de 2018), els cursos que s'estan oferint d'aquesta modalitat dins dels dos propers mesos són: "Nearpod I", "Nearpod II", "Treball en equip", "Aula virtual: configuració bàsica i normes d'ús", "Detector de Plagi: Turnitin "i" Aula Virtual: configuració de les qualificacions".

FORMACIÓ DE PRL: Comprèn els cursos per a la prevenció de riscos laborals, incloent els psicosocials. L'oferta per als dos propers mesos és: "Educació i tècnica de la veu"

FORMACIÓ CORPORATIVA: Comprèn els cursos que es programen en col·laboració amb la direcció general i d'acord amb el pla estratègic. L'oferta actual és la següent: "Gestió web de Tecnocampus", "Formació SIGMA sobre processos de planificació docent", "Formació SIGMA sobre processos d'expedients i validació" i "Atenció telefònica personal en francès".

FORMACIÓ TÈCNICA I ESPECÍFICA: Comprèn cursos de matèries específiques i tècniques necessàries per al desenvolupament de les funcions del lloc de treball. L'oferta actual per als dos propers mesos és: "Utilització i aplicació de la ergoespirometria en l'àmbit docent" i "Anàlisi pràctic de la nova llei de contractes en el sector públic"

El programa de formació proposa sessions de dues hores en les quals un especialista ofereix una introducció per iniciar-se en el tema, fa una proposta de treball in situ en grups o de forma individual a partir de la presentació inicial, i treu conclusions per fer que els professors participants a les sessions puguin concretar a les seves pròpies assignatures en el cas del PDI, o en el seu lloc de treball en el cas del PAS, el que han treballat a la sessió. Cada sessió acaba amb un repte que els professors han de resoldre a l'aula Moodle i que és valorada per l'especialista i per SQAI. Un cop superat el repte, el professor participant rep la certificació d'aprofitament de la sessió.

Considerant la formació contínua del professorat com a una experiència més àmplia que el fet de participar en diferents sessions de formació, s'inclouen en el programa del pla de formació jornades i propostes que al llarg de l'any puguin aportar valor al professorat, en el marc de les competències que es volen potenciar. Així mateix, en el marc del curs 2017-2018, es desenvoluparan cursos online pel professorat, de manera que no estiguin condicionats a la seva assistència i encaix de dies i hores.

Finalment, el professorat de l'ESCSET té accés a l'oferta formativa trimestral que el Centre per a la Qualitat i la Innovació Docent (Click) de la Universitat Pompeu Fabra ofereix per al seu professorat.

- Formacions específiques segons necessitat de l'Escola: entenent el pla de formació contínua del professorat com un pla viu, que s'ha d'adaptar a les necessitats de les escoles, s'inclouen en la seva programació accions de formació concretes per al professorat d'una titulació o escola. En aquest sentit, s'han proposat formacions específiques a les necessitats d'ús de l'aula Moodle.
- Assessoraments personalitzats. SQAI contacta particularment amb els professors que han de començar la seva docència, convidant-los a una reunió en què es treballen, a partir del Pla Docent, els aspectes metodològics, tècnics i instrumentals de la seva assignatura en particular. Això permet que el servei aconsegueixi ser un bon referent en temes docents i d'innovació

educativa per al professorat, alhora que dota l'SQAI de la informació sobre plantejaments, activitats i avaluacions de diferents professors de diferents titulacions que li permet enriquir a altres professors, i principalment, que els professors tinguin un servei personalitzat a la seva disposició per treballar en les opcions de Moodle que millor s'adaptin a les característiques de les seves assignatures i veure també si hi ha materials multimèdia que l'SQAI pot elaborar a mida per reforçar continguts o activitats.

Els professors sempre poden accedir al suport d'SQAI, a nivell metodològic, nivell multimèdia i a nivell Aula Virtual. D'altra banda, el centre acaba d'aprovar un protocol d'actuació davant els casos de professorat que mostra mals resultats a les aules. El protocol contempla l'obligatorietat d'aquest professorat d'acudir a SQAI per detectar les causes del problema, reflexionar sobre el mateix, establir un diagnòstic i determinar les actuacions que caldria implementar per solucionar el problema.

Treballant en equip, l'ESCSET i SQAI desenvolupen noves estratègies metodològiques i tecnològiques per promoure els processos d'ensenyament i d'aprenentatge. En aquest sentit s'està treballant en estratègies de Flip de class, iniciat en el curs 2016-2017 a l'assignatura Administració d'empreses, o en el replantejament d'una assignatura, seguint les fases de l'Aprenentatge Basat en Problemes (ABP) i utilitzant tècniques de gamificació, en el curs 2017-2018.

4.3.1.2. Innovació docent

Amb el compromís d'implicar al professorat a participar en propostes d'innovació docent, des d'SQAI es coordina la celebració de jornades amb una clara vocació de ser pràctiques i que impliquin al professorat, com la jornada "Flip the class" que es va celebrar al setembre 2014, la V edició de jornada "Pick Up Idees: Experiències d'aprenentatge" curs 2015-2016 i coorganització de la VI edició, juntament amb el Clik de la UPF i el servei d'innovació del Barcelona Business Management "Pick up idees: Aprenentatge Basat en Reptes". La Pick up cada curs es celebra en una universitat catalana diferent.

Amb la suma de professorat ESCSET i SQAI destaquem l'elaboració de MOOCs i el seu manteniment i suport als professors que en fan la dinamització. L'ESCSET té el MOOC "[Innotools: transforma tu idea de negoci en una proposta de valor única](#)" que ja ha celebrat la seva cinquena edició i que va ser un dels dos primers MOOCs de la UPF i de l'àmbit català. En aquests moments s'està preparant un segon MOOC també de l'àmbit de l'emprenedoria.

La proactivitat del professorat és una de les característiques de l'ESCSET. De la necessitat o iniciativa de professors o de coordinacions s'estan treballant projectes amb una important repercussió, com la incorporació d'un joc de simulació d'empreses, a partir del curs 2017-2018, o la incorporació de la metodologia de Aprenentatge Basat en Problemes (ABP), per l'assignatura *Elaboració de Projectes* que s'ofereix a tots els graus ESCSET.

Els títols de la ESCSET tenen un potencial interessant en estratègies innovadores en la docència de les seves assignatures i en estratègies d'aprenentatge. Es destaquen tres referències en aquest sentit:

- La revista digital [#Innova Tecnocampus](#), on els professors expliquen experiències i eines relacionades amb la seva activitat docent, que serveixen com a exemples concrets d'activitats o d'avaluacions. [Enllaç al blog d'aprenentatge](#)
- Projecte d'innovació docent, dut a terme durant el curs 2014-15, amb continuïtat el curs 2015-16, dins del qual s'estan obtenint resultats interessants recollits en un document/informe: "[Projecte d'Innovació Docent ESCSET. 2012-15](#)" on es descriuen les experiències pilot realitzades i els seus resultats a l'aula. En el projecte hi va estar implicats 7 professors/es de l'Escola amb el suport de l'SQAI.

També es de destacar que per primera vegada el curs 2016-17 es va fer pública entre el professorat de l'ESCSET una convocatòria per a desenvolupament de projectes d'innovació docent. En aquesta primera convocatòria es van escollir quatre projectes que implicaven un total de 12 professors/es del centre que van poder gaudir d'una reducció de crèdits docents per dedicar-se al desenvolupament d'aquest projectes al llarg del curs. Els quatre seleccionats van ser els següents:

- Eines addicionals per a una major comprensió de la temàtica comptable.
- Anàlisi i propostes d'actuacions per millorar l'assoliment de les competències generals i transversals en els graus de l'ESCSE.
- Aplicació pràctica de la metodologia docent de Classe Invertida (Flip the Class).
- Comparant realitat i previsions: el cas dels usuaris de Facebook .

A les evidències d'aquest subestàndard, podem trobar els informes finals de cada un d'aquests projectes.

En el curs 2017-18, s'ha obert una nova convocatòria de propostes en la qual s'han seleccionat tres projectes dels quatre que es van presentar:

- Proposta d'itinerari acadèmic per a la millora de les competències analítiques, de generació de coneixement i de comunicació de l'estudiantat de l'ESCSET
- Espais d'aprenentatge innovadors com a marc per a les metodologies actives d'aprenentatge
- Una experiència docent basada en l'Aprenentatge Basat en Projectes (ABP) en l'assignatura d'Elaboració de Projectes

Aquests projectes es desenvoluparan durant el curs i els seus resultats seran presentats a la resta de PDI de l'Escola el mes de setembre de 2018.

4.3.1.3. Qualitat docent

Entre les seves responsabilitats, SQAI és el responsable de millorar els processos que impliquen la tasca docent. En el curs 2016.2017 s'ha implementat una plataforma digital de gestió dels plans docents que permet tenir un espai únic de seguiment de l'actualització dels plans docents, entre el coordinador/a del Grau i els professors de l'assignatura. Un cop es valida i tanca el pla docent des de l'aplicatiu, aquest es publica de forma automàtica, a la pàgina del Grau i Pla d'estudis de la web i a l'Aula Virtual corresponent.

4.3.2. Suport a l'activitat investigadora

El professorat de l'ESCSET gaudeix des dels inicis del centre d'ajuts per al desenvolupament a la Recerca que van destinats, fonamentalment, als següents conceptes:

- Despeses d'inscripció en activitats congressuals així com despeses d'allotjament i manutenció generades durant els mateixos, sempre que s'hi presenti una comunicació oral.
- Despeses per organització de congressos i jornades científiques al Tecnocampus, tant directes com indirectes.
- Despeses per a la traducció o revisió lingüística d'articles científics originals i destinats a la seva publicació efectiva en revista indexada.
- Inversions en equipaments destinats a la recerca
- Despeses de publicació i edició de treballs i difusió dels resultats de la recerca

D'altra banda, la Fundació Tecnocampus va aprovar, el febrer de 2015, un *Marc Normatiu per a l'organització de la recerca a la Fundació Tecnocampus*, dins del qual s'ha desenvolupat la *Normativa per al reconeixement de grups de Recerca* a què ens referíem abans, i el *Pla d'Acreditacions del professorat de Tecnocampus*, eina essencial per afavorir mitjançant incentius l'acreditació del professorat doctor (veure evidències).

En l'apartat 6 d'aquest Marc, es preveuen els recursos econòmics destinats a la Recerca. A banda dels recursos externs que es puguin aconseguir per concurrència pública en diverses convocatòries, la Fundació Tecnocampus es compromet a destinar com a mínim l'1% de la massa salarial del PDI a recursos per al desenvolupament de la Recerca, i s'especifica que els recursos poden anar destinats també als següents conceptes a banda dels assenyalats anteriorment que ja eren d'aplicació:

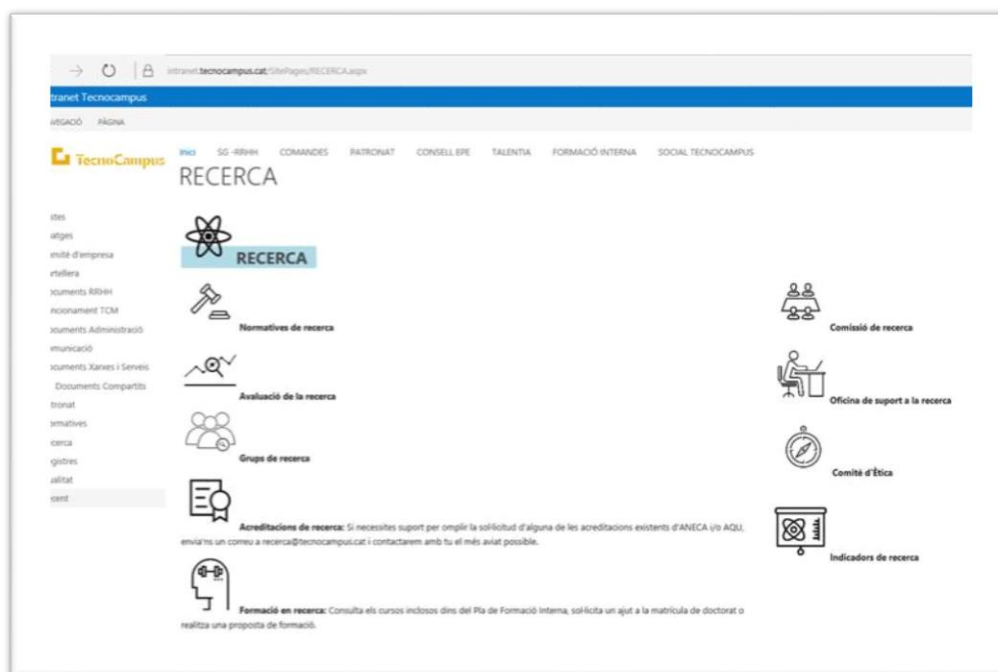
- Reducció de crèdits de docència (ECTS) per aquell PDI que estigui desenvolupant projectes de recerca amb fons de finançament externs en agències competitives.
- Reducció de crèdits de docència (ECTS) per aquell PDI que estigui desenvolupant projectes de recerca com a investigador principal (IP) aprovats per la Comissió de recerca del Tecnocampus.
- Despeses de promoció de la recerca.
- Creació d'una oficina de suport a la recerca amb les funcions següents:
 - ✓ Assessorar al PDI i facilitar-li la participació en programes de recerca, difonent i les diferents convocatòries per a la realització de projectes.
 - ✓ Actuar com a interlocutor amb les entitats finançadores.
 - ✓ Coordinar els processos vinculats a la gestió econòmica dels ajuts
 - ✓ Gestionar els contractes amb empreses i institucions.
 - ✓ Aportar coneixement transversal i treball en equip en la recerca, ajudant a accedir a recursos externs per a la recerca i la transferència.

No hi ha dubte que l'aprovació d'aquest marc i el desplegament d'algunes de les accions que s'hi contemplen han estat molt ben rebuts pels centres universitaris de Tecnocampus. En el cas de l'ESCSET, aquest era un tema llargament reivindicat, tal com pot veure's en els successius Informes de Seguiment del centre, en els quals la definició d'un marc organitzatiu per al desenvolupament de la Recerca sempre ha estat incorporat en el Pla de Millores. Gràcies a aquest nou marc, l'ESCSET ha pogut gaudir durant el curs 2016-17 i per als cursos successius d'una partida pressupostària específica per a la Recerca gestionada des del propi centre.

Això no obstant, la posta en marxa d'aquestes mesures ha anat més lenta del que caldria, ja que en el primer any de la posta en marxa dels nous marcs normatius, s'ha esmerçat tota l'atenció al reconeixement dels grups i la seva avaluació, i a la definició i posta en marxa dels protocols que, en matèria de Recerca, també es contemplen en el *Programa d'avaluació del rendiment del professorat*. Resta pendent per al curs 2017-18, la posta en marxa d'altres mesures que, de ben segur, seran ben rebudes pel conjunt del professorat pel seu impacte en les dedicacions. Cal afegir, també, que en el Pla Estratègic de Tecnocampus recentment aprovat, es contempla com a una de les accions l'elaboració del "Pla de Recerca 2018-2022", que ha d'especificar i concretar les mesures que calen encara per desenvolupar.

De manera més immediata i amb al vista posada a sis mesos vista, la Comissió de Recerca de Tecnocampus té previst desenvolupar les següents accions:

- a) Establiment de criteris per a la reducció de crèdits docents
- b) Definició de protocols i procediments per als processos derivats de la normativa marc
- c) Definició de l'oficina de suport a la Recerca
- d) Definició d'incentius per a resultats de Recerca (ja que, malgrat que es contemplen incentius per a l'acreditació del professorat doctor, no s'han definit incentius un cop acreditats excepte els canvis de categoria quan així s'escau)
- e) Visibilitat de la Recerca: a nivell intern mitjançant una pàgina específica en la web institucional (ja posada en marxa) i, a nivell extern, amb incorporació al Portal Català de la Recerca i al portal RECERCAT



Malgrat tots aquests avenços en matèria de suport a la Recerca, la valoració que en fa el professorat del Grau de Màrqueting i Comunitats Digitals no és satisfactòria, tal com es desprèn de l'enquesta de satisfacció del professorat que s'inclou en el següent apartat. Si la publicació d'un marc regulador de la Recerca va crear unes expectatives positives, cosa que es reflecteix en els resultats de l'enquesta de l'any 2016 (el professorat aprova per primer cop la satisfacció amb els recursos de Recerca amb un 5,3), els resultats de l'enquesta de l'any 2017 mostren uns resultats novament molt baixos (la satisfacció és valorada amb un 3,9 entre el professorat del Grau de Màrqueting, molt inferior al resultat del curs passat i a la mitjana del centre que és d'un 4,8).

Cal matisar, però, que si bé les valoracions han baixat d'un curs a l'altre, tant en el global del centre com en el cas del Grau que ens ocupa, això no ha estat així entre el professorat a dedicació completa, la valoració dels quals ha augmentat respecte de l'any anterior situant-la pròxima a 6, cosa que es considera una dada molt positiva.

Segons ha pogut constatar la direcció del centre, les causes de la insatisfacció manifestada pel professorat podrien fonamentar-se en el següent:

- La lentitud en la posta en marxa de les mesures que més han d'incidir en les possibilitats de fer Recerca (com ara les reduccions docents o la creació de l'oficina de suport a la Recerca), prioritzant, en canvi, les mesures de caràcter avaluador.
- L'escassa difusió que s'ha fet entre el professorat associat de les possibilitats de fer Recerca i dels escassos incentius que s'esmercen cap a aquest professorat
- La manca d'una línia pròpia de Recerca en els àmbits del Màrqueting i de les Comunitats Digitals dins del Grup de Recerca del centre

En el cas del professorat de Màrqueting i Comunitats Digitals, cal afegir la insatisfacció per la manca d'una línia pròpia d'Investigació en aquest àmbit dins del Grup de Recerca del centre. Això no obstant, tal com s'ha explicat en l'apartat 4.1.5., aquesta línia ja s'ha incorporat dins el grup GRAEFES aglutinant els interessos investigadors de professorat permanent i associat els treballs se centren en la línia denominada de Comunitats Digitals, Màrqueting i Economia del comportament.

S'espera, però, que en el decurs d'aquest curs 2017-18 es pugui revertir aquesta percepció amb les accions que ja estan previstes de dur a terme per part de la Comissió de recerca i avalades per la direcció de Tecnocampus, i amb les accions que des de l'ESCSET es pretén dur a terme en el cas particular del professorat del Grau de Màrqueting i CD.

És per tot això que en el Pla de Millores s'incorporen aquests mesures com a objectiu de l'ESCSET.

4.3.3. Satisfacció del professorat

La següent taula mostra els resultats de l'enquesta de satisfacció del PDI del Grau de Màrqueting i Comunitats Digitals sobre diversos aspectes que afecten la seva tasca ordinària, tant en docència, recerca com respecte dels serveis de suport. El curs 2016-17 l'enquesta va ser resposta per 33 persones, un 48,5% del total (es van enviar 68 enquestes) amb la següent distribució segons perfil:

Respostes de professorat que imparteix menys de 10 ECTS: 9%

Respostes de professorat que imparteix entre 10 i 20 ECTS: 30%

Respostes de professorat que imparteix més de 20 ECTS: 61%

Satisfacció del PDI (resultats enquesta)					
Estic satisfet amb ...	Mitjana 2012-13	Mitjana 2013-14	Mitjana 2014-15	Mitjana 2015-16	Mitjana 2016-17
1. el nivell d'implicació dels estudiants en les meves assignatures durant el darrer curs	7,0	6,7	7,4	7,5	7,3
2. els resultats de les enquestes de satisfacció que han respòs els meus estudiants sobre la meva tasca docent durant el darrer curs	6,8	6,5	8,1	7,7	7,1
3. el meu nivell d'anglès	6,2	6,2	6,6	7	7,0
4. el valor que han aportat a l'aprenentatge dels meus estudiants les millores i/o innovacions docents que he aplicat en les meves assignatures	8,0	8,1	7,7	8	7,7
5. la manera com han transcorregut les assignatures que he impartit	8,3	7,7	8	8,1	8,2
6. la meva tasca com a PDI	8,3	8,3	8,2	8,2	8,3
7. el servei de Biblioteca/CRAI com a servei que ha cobert les meves necessitats com a professor/a	6,8	7,3	7,2	7	6,7
8. les condicions físiques dels espais en els que duc a terme les activitats docents	6,8	7,2	7,8	7,7	7,8
9. les infraestructures i el manteniment (wifi, aules d'informàtica, equipament aules)	5,5	5,7	7,6	7,6	7,3
10. les eines digitals per gestionar la tasca docent (aules Moodle o aula virtual, software específic, SIGMA)	-	7,7	8	8,2	7,8
11. els elements d'informació (web, eCampus, intranet, butlletí) com a mitjà per estar ben informat/da de les activitats i propostes que es fan des de TecnoCampus	-	-	-	8,1	7,9
12. la repercussió positiva que les campanyes de màrqueting i captació dutes a terme tenen en la meva activitat	5,5	5,6	5,6	6,9	7,3
13. el suport que rebo del Servei per a la Qualitat, Aprenentatge i Innovació (SQAI) en la meva activitat (planificació d'assignatures, aula virtual,...)	8,2	7,8	8,3	8,3	8,2
14. la resposta que el servei de Gestió Acadèmica ha donat a les meves necessitats quan l'he requerit	8,2	7,8	8,4	8,6	8,5
15. l'encaix de les propostes de formació que m'ofereix TecnoCampus amb les meves necessitats	5,7	5,8	7,6	7	7,3
16. l'adequació dels actes organitzats per la UACU (esdeveniments culturals, socials, esportius i de cooperació).	5,8	6,9	7,7	7,5	7,4
17. l'adequació dels serveis de carreres professionals i mobilitat internacional que s'ofereixen als estudiants	-	-	8,3	7,7	7,4
18. el servei de Recepció	9,2	9,1	8,7	8,9	8,6
19. l'adequació de les funcions realitzades pels serveis generals del TecnoCampus (recursos humans i secretaria general, administració i finances i gestió de la qualitat)	7,5	7,3	7,9	8	7,7
20. les oportunitats i recursos disponibles per fer recerca	6,0	4,7	4,5	5,3	3,9
21. la planificació estratègica i la direcció de l'Escola i el grau d'informació que se m'ofereix	7,3	7,2	7,2	7,9	6,5
22. la planificació estratègica i la direcció del TecnoCampus i el grau d'informació que se m'ofereix	6,8	6,3	7	7,6	6,3
23. la relació existent (respecte/apreci) entre la resta del PDI i jo	7,7	8,7	8,5	8,7	8,6
24. la relació existent (respecte/apreci) entre el PAS i jo	7,5	8,6	8,7	8,8	8,8
25. la relació existent (respecte/apreci) entre els estudiants i jo	7,5	7,7	8,8	8,6	8,6
26. els mecanismes que se m'ofereixen per participar i expressar la meua opinió	5,8	6,5	7,3	7,5	6,8

27. les possibilitats de promoció i els incentius que el Tecnocampus m'ofereix	5,7	5,3	5,6	6,5	5,5
28. l'encaix en les meves necessitats de les propostes de formació que el TecnoCampus m'ofereix	5,8	5,6	6,8	7	6,5
29. els mecanismes amb els quals s'avalua la meva tasca	5,5	4,9	5,8	6,9	5,9
30. la meva implicació en el desenvolupament de l'Escola	-	7,6	8,2	7,8	8,0
31. el meu sentiment de pertinença al Tecnocampus	8,5	8,4	8,4	8,1	7,8

Valoracions satisfacció del professorat

Es valora positivament el nivell de participació a l'hora de respondre l'enquesta. El professorat es mostra força satisfet, tant dels resultats de la seva tasca com de la seva relació amb companys, amb la direcció del centre i de Tecnocampus i amb els serveis de suport, i no s'aprecien massa diferències d'un curs a un altre (7,53 de mitjana el curs 2015-16 i 7,38 el curs 2016-17). No obstant, en gairebé totes les preguntes les valoracions són lleugerament més baixes.

La puntuació més baixa continua essent a les oportunitats i recursos disponibles per fer recerca, amb el suspens més baix dels últims anys (un 3,9). Les causes han estat detallades en l'anàlisi feta anteriorment i les accions que cal emprendre s'incorporen en el Pla de Millores.

També ha estat pitjor puntuada la satisfacció respecte de les possibilitats de promoció, els mecanismes d'avaluació de la tasca docent i els incentius que el Tecnocampus ofereix. No obstant, atès que aquests mecanismes i incentius han estat aplicats molt recentment (posta en marxa el desembre de 2016), caldrà esperar a fer-ne una valoració més acurada un cop es disposi de més perspectiva.

[Veure evidències subestàndard 4.3](#)

4.3.4 Satisfacció del Personal d'Administració i Serveis

La següent taula mostra els resultats de l'enquesta de satisfacció del personal d'administració i serveis de Tecnocampus. L'enquesta es passa durant el mes de maig de cada any i, en aquest últim, corresponent al curs 2016-17, es va comptar amb una participació del 72,5% (58 respostes). Totes les respostes es realitzen per mitjans electrònics.

Enquesta de satisfacció del PAS		
Estic satisfet amb ...	Valoració mitjana	Nombre de respostes
... l'adequació de la meva titulació a les tasques que duc a terme	7,4	56
... l'adequació de les meves habilitats a la feina que realitzo	7,7	58
... l'adequació del meu nivell d'anglès a les necessitats de la meva feina	6,6	55
... les meves tasques professionals	7,8	53
... els espais i recursos de què dispenso per realitzar les meves funcions	6,9	56
... la direcció i organització del meu Servei/Centre/Unitat (som pràctics i eficients amb els recursos de temps i les prioritats)	7,1	57
... la planificació estratègica i la direcció del TecnoCampus i el grau d'informació que se m'ofereix	6,7	54
... la relació existent (respecte/estima) entre la resta del PAS del meu servei i jo	8,7	58
... la relació existent (respecte/estima) entre el personal de TecnoCampus d'altres serveis i jo	8,2	57
... la relació existent (respecte/estima) entre els destinataris del meu servei (Estudiants, empreses, institucions, professorat, ...) i jo	8,2	57
... l'adequació de les funcions realitzades pels serveis d'infraestructura i manteniment	7,4	57
... els elements d'informació (web, eCampus. Intranet, butlletí) com a mitjà per estar ben informat/da de les activitats i propostes que es fan des de TecnoCampus	7,2	58
... el suport rebut pel departament de màrqueting i comunicació en la meva activitat (notícies, realització de jornades, difusió d'activitats, JPO, tallers LINNK, ...)	6,8	45
... l'adequació de les funcions realitzades pels serveis generals del TecnoCampus (Recursos humans i secretaria general, administració i finances i gestió de la qualitat)	7,4	54

... els mecanismes que se m'ofereixen per participar i expressar la meua opinió	6,2	57
... les possibilitats de promoció i els incentius que el TecnoCampus m'ofereix	5,0	56
... l'encaix en les meves necessitats de les propostes de formació que el TecnoCampus m'ofereix	5,4	54
... els mecanismes amb els quals s'evalua la meua tasca	5,5	57
... com em sento valorat al meu lloc de treball	6,6	58
... el meu sentiment de pertinença al TecnoCampus	7,3	57

Valoracions satisfacció del PAS

Es valora positivament el nivell de participació a l'hora de respondre l'enquesta. El PAS es mostra força satisfet, tant dels resultats de la seva tasca com de la seva relació amb companys i companyes. Les puntuacions més baixes, amb valoracions entre 5 i 6, segueixen sent a les possibilitats de promoció i incentius, a la formació que s'ofereix per a aquest col·lectiu i als mecanismes amb què s'avalua la seva tasca. No obstant això, igualment com passava amb el PDI, atès que aquests mecanismes i incentius han estat aplicats molt recentment (posada en marxa al desembre de 2016), caldrà esperar a fer una valoració més precisa un cop es disposi de més perspectiva.

Estàndard 5: Eficàcia dels sistemes de suport a l'aprenentatge

5.1. Els serveis d'orientació acadèmica suporten adequadament el procés d'aprenentatge i els d'orientació professional faciliten la incorporació al mercat laboral.

5.1.1. Serveis d'orientació acadèmica

Orientació als estudiants de nou accés

A banda dels serveis generals de Tecnocampus implicats en els processos de preinscripció, accés i matrícula, són els coordinadors de Grau qui donen una atenció personalitzada als estudiants que volen accedir al centre i a les seves famílies. Des del mes d'abril fins que acaba el termini de preinscripció universitària (aproximadament fins la primera setmana de juliol), els coordinadors disposen de franges horàries setmanals per atendre les sol·licituds d'informació sobre el centre, la titulació, els reconeixements de crèdits, calendaris, professorat, pràctiques, idiomes, metodologies docents, etc.. Aquesta informació complementa i personalitza la que es dona en altres fòrums en què l'ESCSET hi és present: Saló de l'Ensenyament, fires, Jornada de Portes Obertes, visites als centres d'ensenyament secundari, etc.. Un alt percentatge de persones ateses pels coordinadors acaben matriculant-se a l'Escola. Cal destacar que en l'enquesta que es fa als estudiants de nou a accés un cop matriculats, la valoració sobre la qualitat de la informació rebuda és molt alta, tal com s'assenyalava en el punt 2.1.3.

El Pla d'Acció Tutorial (PAT)

Té com a finalitat orientar, assessorar i donar suport a l'estudiant dels Graus en el seu procés de formació i aprenentatge. Durant el curs 2016-17 es va posar en marxa un nou Pla d'Acció Tutorial (PAT), comú per a les tres Escoles, acció prevista en el Pla de Millores del centre atesa l'escassa satisfacció mostrada pels estudiants els últims anys respecte del PAT vigent aleshores.

El PAT preveu la figura d'un únic Tutor acadèmic per a tots els estudiants del centre. Les seves tasques són, fonamentalment, les següents:

- Orientar, informar i aconsellar individualment a aquells estudiants que així ho demanen.
- Fer un seguiment dels expedients dels estudiants o de les informacions dels professors i contactar amb aquells estudiants que puguin tenir dificultats en el seu procés d'aprenentatge o d'adaptació a la universitat.
- Actuar d'interlocutor/a entre el grup/classe i la direcció a través principalment dels estudiants delegats o delegades. Això ha de permetre anticipar-se als problemes, sobretot de caràcter organitzatiu i de funcionament, i mantenir una comunicació fluïda i puntual amb els estudiants.
- Detectar, identificar i establir un pla de treball amb els estudiants amb necessitats educatives especials (NEE).
- Detectar, identificar y promoure l'excel·lència entre els estudiants de Tecnocampus.
- Detectar i identificar inquietuds y necessitats dels estudiants y promoure accions que les canalitzin.

En el marc del PAT, durant el curs 2016-17 es van a dur a terme diverses accions, essent les més destacades les següents:

Delegats i delegades de curs: Redefinir el nou paper dels delegats. Facilitar i promoure l'elecció dels delegats de tots els graus, especialment els dels primers cursos. Activar i mantenir una aula Moodle de delegats. Donar suport als delegats per a l'elaboració de projectes (anàlisi, disseny, desenvolupament, implementació i avaluació). Donar a conèixer als estudiants els diferents òrgans en els que poden tenir representació, així com de motivar que aquests llocs quedessin coberts.

Professorat: Fomentar la continuïtat i la coherència inter-trimestral. Facilitar la coordinació entre els diferents professors en relació als aspectes extracurriculars. Ser el nexa entre l'alumnat i el professorat.

Estudiants amb Necessitats Educatives Especials (NEE): S'han atès 7 estudiants (gairebé tots de primer i un segon curs) que han sol·licitat algun tipus d'ajuda. El tutor només ha actuat com a guia, donant al professor estratègies que podria seguir en l'avaluació de l'alumne. Per a això, el tutor va comptar amb l'assessorament de la cap del Servei d'Assessorament Psicològic de la UPF.

Atenció individualitzada: S'han comptabilitzat un total de 111 tutories individuals fetes o bé a petició dels estudiants (83) o bé per requeriment directe del tutor, i en alguns casos a petició del coordinador o coordinadora de la titulació o del coordinador de pràctiques. D'aquestes, 27 s'han realitzat entre els estudiants del Grau de Màrqueting i CD i 21 de la doble titulació AdE/Màrqueting. El nombre de sol·licituds de tutories per part dels alumnes es va elevar considerablement en la segona meitat del tercer trimestre, sobretot entre els estudiants de primer curs. De fet, més del 50% de les tutories realitzades corresponen a alumnes de primer curs, i més del 75% a alumnes de primer o segon curs. Un aspecte interessant a estudiar són els motius pels quals s'efectuen les tutories. Destaca la categoria "Assignatures", que engloba consultes sobre problemes amb qüestions que tenen a veure amb la tasca acadèmica de l'alumne (queixes sobre professors, exàmens, problemes grupals o personals en una determinada assignatura no gestionats pel delegat, etc.), amb més d'un 30% de les consultes. En segon lloc es troben "Delegats" (reunions personals amb un o els dos delegats d'un mateix curs), "Personal" (assumptes d'índole totalment personal que afecten el rendiment de l'estudiant) i "progrèssió" (consultes relacionades amb la normativa de permanència i progrèssió de la UPF), amb un 15% de les tutories cadascuna. L'últim bloc a destacar, per sobre del 5%, és "NEE" (alumnes amb necessitats educatives especials que sol·liciten informació o ajuda).

Delegacions. Els delegats i delegades de curs s'han agrupat per tirar endavant projectes a nivell de centre que implicaven la participació dels estudiants. Cada agrupació es constituïa en "Delegació". Els projectes que s'han treballat aquest curs han estat els següents:

- D1 - Campus Saludable: L'objectiu era tant aportar idees que ajudin a motivar i promoure una vida més sana dins el TCM com ajudar en l'execució de les propostes pròpies del projecte global de la institució. Es van apuntar 6 alumnes, i la seva resposta ha estat positiva pel que fa a la participació, encara que menor en fer propostes.
- D2 - Web / App del TCM: Proposada pels alumnes, la idea és estudiar millores a través de les propostes dels estudiants, en contacte amb l'equip encarregat de gestionar aquestes plataformes, perquè les propostes siguin efectives. Sorprenentment no es va apuntar cap alumne, així que no va arribar a funcionar.
- D3 - Comunicació interna: Proposada pels alumnes, la idea era estudiar la forma d'organitzar un networking d'estudiants del TCM de manera que puguin compartir de manera simbiòtica les seves habilitats i també les seves necessitats. S'hi van apuntar 6 alumnes (dels quals 4 van participar activament) i s'ha reunit 3 vegades durant el segon i tercer trimestre. La idea inicial dels alumnes va derivar en la proposta de la creació d'un fòrum, que actualment es troba en fase d'elaboració. Per donar-li forma, els alumnes es van encarregar de fer una enquesta a altres estudiants perquè la seva proposta contemplés allò que podrien trobar útil.
- D4 - Visió de futur: Proposada pels alumnes, la idea era estudiar com compartir experiències a diferents nivells que puguin ser d'utilitat per a altres estudiants, des d'un Mentoring ofert per alumnes de cursos superiors dirigit a alumnes de primer any, fins a compartir experiències tingudes en Pràctiques, Erasmus o fins i tot llocs de treball, de cara a una futura especialització. S'hi van apuntar 14 alumnes i durant el curs 2016-17 només s'ha treballat en la proposta de Mentoring que encara es troba en fase molt inicial.
- D5 - Infraestructures: Proposada pels alumnes, la seva raó de ser era aportar idees i estudiar la seva viabilitat per millorar els espais comuns i serveis del TCM, tant la Biblioteca (el reglament preveu la participació d'alumnes en la corresponent comissió) com els nous espais (TCM6) o les zones comunes d'oci i descans (menjador, bar / restaurant, etc.). S'hi van apuntar 7 alumnes i només la proposta respecte de la Biblioteca ha avançat en la seva elaboració, encara que tampoc es té un resultat.

Accions de cara al futur.

La valoració del tutor en el primer any de posta en marxa del nou PAT és positiva. De cara al curs 2017-18, es preveuen dur a terme accions que permetin el ple desplegament del Pla i la definició d'un marc normatiu i de funcionament que permeti una acció més ordenada i sistematitzada de l'acció tutorial. Destaquen les següents accions que ja s'estan treballant:

- Redefinir delegacions: Donada la complicació d'organitzar el treball de les delegacions, caldria redefinir les mateixes i la seva oportunitat.

- Construir un marc normatiu per NEE: Un cop aclarit per part de Gestió Acadèmica el procedir segons la LPD, elaborar una guia per al professorat que pugui servir d'ajuda per afrontar els casos de NEE que puguin sorgir.
- Construir marc normatiu per al Ple de delegats: D'acord amb la normativa de la ESCSE, constituir i donar una normativa al Ple de delegats, perquè comenci a funcionar des de principis de cada curs. Es pot demanar als delegats que elaborin ells mateixos la normativa.
- Realitzar tutories grupals amb els grups de primer curs: De cara a fomentar la tasca del tutor de la mateixa manera en totes les titulacions, fer almenys una tutoria grupal al començament del segon i el tercer trimestre.
- Reunions periòdiques amb els delegats de cada grup: Citar als delegats per cursos per tenir informació periòdica dels diferents grups, i penalitzar aquells que no responguin als requeriments.
- Detecció precoç i estudi dels abandonaments: D'acord amb Gestió Acadèmica i amb els delegats dels grups, detectar possibles abandonaments perquè puguin ser estudiats i, si és possible, oferir alternatives.

Satisfacció dels estudiants amb el PAT

Durant el curs es fa una enquesta als estudiants en la que se'ls pregunta també pel Pla d'Acció Tutorial (PAT). En l'enquesta del curs 2016-17, els estudiants de l'Escola valoren aquest servei amb un 6,1 en una escala de 0 a 10 amb una participació del 40% (font: enquesta de satisfacció dels estudiants amb els serveis, curs 16/17).

En aquesta enquesta, els estudiants disposen d'un camp obert de comentaris però, a més, si valoren el servei per sota de 5, se'ls demana específicament que proposin els aspectes que caldria millorar. En el cas del PAT, el principal motiu de queixa és el desconeixement del servei, per la qual cosa durant el curs 2017-18 s'aprofundirà en aquest aspecte, amb una comunicació directe als diferents grups d'estudiants, en la jornada de presentació als estudiants de primer curs (fet) i amb una millor coordinació del tutor amb els delegats/des de curs. És per això que s'inclou una acció en aquest sentit en el Pla de Millores.

El Punt d'Informació a l'Estudiant (PIE)

Creat el curs 2015-16, el PIE és una "finestreta única" on l'estudiant pot adreçar-se, ja sigui presencialment, via telefònica o a través Internet, per resoldre qualsevol dubte. Des del PIE se li proporciona la informació que sol·licita o se'l deriva a la persona o servei que millor pot atendre'l. L'estudiant pot accedir de forma online al PIE, tant des de la Web com des del Campus virtual, i segons l'entorn de consulta accedirà a les informacions per a futurs estudiants, si accedeix des de la web o a informacions ja específiques per estudiants del Tecnocampus, des del Campus virtual.

Atenció docent als estudiants

Tot el professorat del centre, ja sigui permanent o associat, disposa obligatòriament d'una franja horària setmanal (com a mínim d'una hora) per atendre consultes dels estudiants. La majoria de consultes estan relacionades amb l'assignatura, però l'estudiant també hi acudeix per a rebre informació més general com, per exemple, sobre les assignatures optatives. A l'ESCSET es dóna molta importància a l'acompanyament de l'estudiant al llarg dels seus estudis i el professorat sempre s'hi ha mostrat molt implicat.

Representació dels estudiants en òrgans de govern i participació

El Reglament de l'ESCSET preveu la constitució de l'òrgan "Ple de Delegats", format pels estudiants delegats o delegades de cada grup. Un cop al trimestre el ple de Delegats assisteix a les reunions de la Junta de Direcció de l'ESCSET i a les reunions de Claustre. Una representació de dos delegats assisteix a la reunió de la Comissió de Govern del centre que se celebra bianualment. Els estudiants també tenen representació en la Comissió de Qualitat del centre i, en el present procés d'acreditació, en el Comitè Intern d'Avaluació. Es valora molt positivament la participació dels estudiants en aquestes reunions, les quals serveixen tant per presentar queixes com per plantejar suggeriments de millora en un sentit bidireccional.

Mobilitat internacional

El Tecnocampus aposta de manera decidida per la internacionalització, com un dels seus tres pilars bàsics, i és per això que un dels principals objectius institucionals és impulsar de manera activa la mobilitat de la comunitat universitària. Les estades internacionals són una part fonamental de la formació dels estudiants, i és per aquest motiu que durant el curs 2016-2017 s'ha treballat, juntament amb els responsables acadèmics de les diferents escoles, en l'ampliació de places d'intercanvi en universitats de qualitat d'arreu del món, així com en la implementació de millores en la gestió de la mobilitat. Així mateix per tal de garantir la qualitat de les estades acadèmiques, s'han mantingut els nivells d'exigència, tant acadèmics com d'idioma, implementats el curs anterior per als estudiants del participants en els programes de mobilitat.

El Tecnocampus també aposta per la internacionalització a casa, augmentant cada curs la presència d'estudiants internacionals que hi cursen part dels seus estudis. En la mateixa línia, Tecnocampus també compta amb nombroses visites internacionals per part de representants d'institucions educatives d'arreu del món.

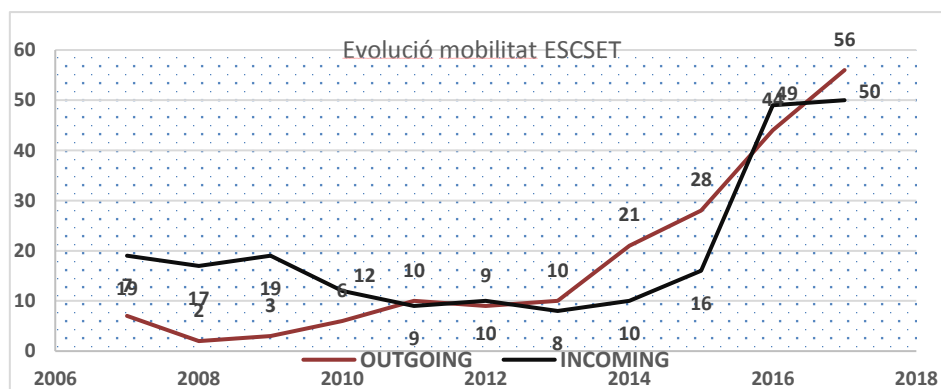
Pel que fa a l'ESCSET, destaca el seu esforç per incrementar el nombre d'assignatures impartides en anglès dins el programa acadèmic dels diferents graus, i per la implantació del Grau d'AdE i GI impartit totalment en anglès, fet que afavoreix l'arribada d'estudiants internacionals al Campus i ajuda a millorar les competències dels seus propis estudiants.

Les dades de mobilitat de l'ESCSET durant el curs 2016-17 són les que es mostren en els taules següents:

Mobilitat d'estudiants entrants (Incoming) ESCSET durant el curs 2016-17	
Programa Erasmus+	39
Convenis Bilaterals	11
Programa Sicue-Sèneca	0
Màsters i postgraus	26
Total	76

Mobilitat sortint d'estudiants (Outgoing) ESCSET durant el curs 2016-17 (Graus)			
	Total centre	MKTG	DOBLE ADE-MKTG
Programa Erasmus+	37	5	17
Convenis Bilaterals	7	2	2
Programa Erasmus+ pràctiques	2	0	0
Programa de pràctiques IAESTE	0	3	0
Programa IntEntSem	4	0	1
Total	50	10	20

Evolució Mobilitat sortint (Graus)	2012-13	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17
ESCSET	10	21	28	49	56



Cal destacar el ritme constant de creixement en el nombre d'estudiants de l'ESCSET que cada any fan estades fora. Dels 50 estudiants que van participar en programes de mobilitat el curs 2016-17, 10 eren del Grau de Màrqueting i CD i 20 de la doble titulació AdE/Màrqueting.

Tecnocampus disposa de la Carta Erasmus d'Educació Superior 2014-2020. Actualment té 111 convenis signats amb universitats de 35 països d'arreu del món i durant el curs 2016-17 s'han signat 22 nous convenis de programes de mobilitat, 19 dins el programa Erasmus+ (dels quals 14 de l'ESCSET) i 3 en la modalitat Convenis Bilaterals (tots ells de l'ESCSET).

Durant el curs 2016-17 s'han rebut 16 visites internacionals de 15 universitats diferents, no incloses en cap programa de mobilitat d'intercanvi d'estudiants. Aquestes visites han servit per a crear i consolidar projectes de col·laboració acadèmica amb universitats d'arreu del món, augmentant la xarxa d'universitats sòcies de Tecnocampus.

Satisfacció dels estudiants amb la mobilitat:

Els 5 estudiants del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals i els 17 de la doble titulació AdE/Màrqueting que van participar el curs 2016-17 en programes de mobilitat en el marc del programa Erasmus, van respondre una enquesta sobre el nivell de satisfacció en la seva mobilitat que es resumeix en el següent quadre:

	Molt satisfet	Bastant satisfet	Ni satisfet ni insatisfet	Bastant insatisfet	Molt insatisfet	No aplicable
Creus que la mobilitat et pot ajudar a trobar una nova o millor feina?	50,0%	27,3%	13,6%	4,5%	4,5%	-
Estàs satisfet amb el recolzament administratiu obtingut per part de Tecnocampus?	31,8%	50,0%	13,6%	4,5%	0,0%	-
Estàs satisfet amb el recolzament acadèmic obtingut per part de Tecnocampus?	47,6%	14,3%	23,8%	9,5%	4,8%	-
Estàs satisfet amb el recolzament administratiu obtingut per part de la universitat d'acollida?	50,0%	22,7%	13,6%	9,1%	0,0%	4,6%
Estàs satisfet amb el recolzament acadèmic obtingut per part de la universitat d'acollida?	40,9%	27,3%	27,3%	0,0%	0,0%	4,5%
Nivell general de satisfacció de la mobilitat	72,7%	22,7%	4,5%	0,0%	0,0%	-

De les dades es constata que el 95,4% dels estudiants que inclouen una mobilitat a la seva vida universitària estan molt o bastant satisfets a nivell general.

Al llarg del curs també es realitzen diverses activitats internacionals amb participació d'estudiants:

- i) *International Week*: trobades entre estudiants de sis universitats europees emprenedores, cada any en una seu diferent
- ii) *IntEntSem*: trobada anual que permet als futurs graduats desenvolupar projectes emprenedors innovadors a partir d'una proposta consensuada entre les universitats participants. El curs 2016-17 la trobada va comptar amb la participació de 36 representants de 6 països que van treballar en equips multidisciplinaris i multiculturals per tal de donar respostes diverses i orientades a les necessitats del mercat. Tecnocampus hi va participar amb 2 professors i 4 estudiants de l'ESCSET.

5.1.2. Serveis d'Orientació Professional

5.1.2.1 Servei de Carreres professionals

El Servei de Carreres Professionals de Tecnocampus té per objectiu connectar el talent universitari amb el món de l'empresa. Per tal d'assolir aquest objectiu el servei disposa de tres programes:

Reclutament de talent:

- Coordinació i dinamització de la plataforma *Borsa Talent* per al desenvolupament de pràctiques externes en empreses -nacionals i internacionals- i ofertes laborals.
- Organització d'espais de connexió entre estudiants, graduats del TecnoCampus i empreses amb l'objectiu de fomentar la seva inserció laboral.
- Accions innovadores de captació de talent

Capacitació professional:

- Impuls de tallers pràctics *Programa Skills* impartits per professionals del sector i que té com a objectiu millorar les habilitats professionals dels estudiants i graduats de Tecnocampus.

A) Reclutament de talent:

Pràctiques externes en empreses -nacionals i internacionals- i ofertes laborals

Un dels instruments més importants per connectar el talent de l'ESCSET amb el món de l'empresa són les pràctiques externes. Aquestes pràctiques són, moltes vegades, el primer contacte i la porta d'entrada al món laboral que tenen els estudiants, així com una important experiència per incorporar al seu currículum.

Les Pràctiques dels estudiants es gestionen a través del Servei de Carreres Professionals i d'un professor o professora responsable que s'ocupa dels aspectes acadèmics (autorització i validació de les pràctiques, designació d'un tutor/a acadèmic, seguiment i avaluació del període de pràctiques).

El Servei disposa d'una plataforma online pròpia, la *Borsa de Talent*, dirigida tant a empreses com a estudiants i Alumni. Des de la Borsa de Talent es gestionen i publiquen totes les ofertes laborals i de pràctiques nacionals i internacionals i es fa la gestió i seguiment dels convenis de cooperació educativa. A través de la Borsa els estudiants poden trobar una empresa o una institució on fer pràctiques relacionades amb el seus estudis.

Per tal d'explicar el funcionament del programa de pràctiques i de la Borsa de Talent, durant tot el curs es realitzen reunions i sessions informatives amb empreses. També s'organitzen xerrades informatives amb estudiants i graduats per ajudar-los en el procés d'aconseguir pràctiques en empreses i una inserció laboral de qualitat.

Durant el curs 2016-17, a l'ESCSET s'han publicat i gestionat 155 ofertes laborals i 1139 ofertes de pràctiques. Les dades referents als convenis de cooperació educativa gestionats són les següents:

Convenis de Cooperació Educativa a l'ESCSET. Curs 2016-17	Convenis tramitats	520
	Estudiants participants	339
	Hores totals de pràctiques	159.553 hores
	Remuneració total CCE	565.594,8 €
	Remuneració mitjana preu/hora	4,31 €

Les dades per titulacions són:

Titulació	Convenis tramitats	Estudiants participants	Hores totals de pràctiques	Remuneració total CCE	Remuneració mitjana preu/hora
AdE i GI	116	75	32.449	121.681,60 €	4,56 €
BAIM	9	7	2.040	4.597,00 €	2,39 €
Turisme	20	15	4.727	5.087,00 €	2,40 €
AdE/Turisme	61	45	17.527	47.896,33 €	3,69 €
Màrqueting	130	82	40.197	127.906,67 €	3,90 €

AdE/Màrqueting	132	78	42.075	173.275,20 €	4,70 €
Logística	31	23	12.409	41.237,00 €	3,74 €

Els estudiants del Grau de Màrqueting i de la doble titulació AdE/Màrqueting són els que més Pràctiques han realitzat, tant curriculars com extracurriculars. En total van ser 262 els convenis tramitats amb 160 estudiants implicats, és a dir, gairebé el 32% dels estudiants d'aquests estudis van fer Pràctiques durant el curs. Aquestes xifres es consideren molt satisfactòries, ja que indiquen que el centre està donant resposta a les expectatives que tenen els estudiants de nou accés respecte a la possibilitat de fer Pràctiques que els facilitin, també, la inserció laboral (veure en l'apartat 1.3. els resultats de l'enquesta sobre les expectatives dels estudiants de nou accés).

Paral·lelament, des del Servei de Carreres Professionals també s'impulsa la mobilitat internacional dels estudiants per a la realització de les Pràctiques. Al llarg del curs 2016-17, i amb l'objectiu de donar a conèixer als estudiants les oportunitats i els recursos per poder fer pràctiques internacionals, el 3 de maig 2017 es va organitzar una sessió informativa per presentar diferents programes i recursos per fer pràctiques a l'estranger.

A la sessió van participar 28 estudiants i es van presentar els diferents programes:

- Programa Erasmus + Pràctiques
- Programa AIESEC
- Programa IAESTE
- Xarxa Eures

Posteriorment, al llarg del segon i tercer trimestre, es va treballar una campanya de captació d'ofertes internacionals i es van publicar un total de 35 ofertes. Com a resultat, es van realitzar 8 convenis de pràctiques internacionals, dels quals 4 els van desenvolupar estudiants de la ESCSET.

Fòrum del talent

Amb l'objectiu d'apropar l'empresa als estudiants i graduats de TecnoCampus, el departament de Carreres Professionals organitza anualment el Fòrum del Talent, un punt de trobada entre les empreses, els estudiants i els Alumni de la universitat. L'edició del curs 2016-17, celebrada el 8 de novembre de 2016, va comptar amb la participació de 45 empreses, la qual cosa va representar un increment del 80% respecte a l'edició anterior, i la participació en les diferents activitats de més 120 estudiants, que també va suposar un increment de més del 100% respecte al curs 2015-2016.

Les activitats organitzades durant el Fòrum van ser les següents:

- Inauguració del Fòrum del Talent i presentació de les empreses en format *Elevator Pitch*
El Sr. Jaume Gurt, director d'Organització i desenvolupament de persones de l'empresa *Schibsted Spain*, va pronunciar una conferència i, posteriorment, les empreses i institucions participants es van presentar en un minut en format *Elevator Pitch*. Cada empresa va donar resposta a les preguntes següents: *La companyia, per què els candidats haurien de voler treballar a la nostra empresa? Quins perfils estem buscant?*
- Fira d'empreses
Durant més de dues hores els estudiants assistents van tenir l'oportunitat de consultar les ofertes de les empreses, lliurar els seus currículums i sol·licitar entrevistes personals.
- *Meet the Advisor*
Amb el suport del SOM (Servei Ocupació de Mataró, Promoció Econòmica) dues assessores en carreres professionals es van entrevistar de forma individual amb els assistents a la fira. Es van donar consells per millorar l'ocupabilitat, donant eines per potenciar el currículum i fer més atractiu el perfil professional.

- *Programa Skills* (Taller 1) "Construeix la teva marca personal i sigues més atractiu al mercat laboral"
Taller impartit per la directora de Txell Costa Group, experta en màrqueting digital, on es van aprendre, amb exercicis pràctics i exemples reals, tècniques i estratègies per a la gestió d'un projecte de personal *branding*, ús d'eines *offline* (recerca de feina, actes de *networking*) i *online* (web, xarxes socials, blog, posicionament), per al desenvolupament de la marca personal.
- Taller del *Programa Skills* (Taller 2): "Ja estic acabant la carrera ... I ara què? T'ajudem a accedir al mercat de treball!"
Taller impartit per l'experta en orientació laboral i capacitació professional, Eva Marini, de l'equip de Projectes TIC. Els últims anys de carrera són especialment importants per definir un objectiu professional, per això durant la sessió es van oferir eines perquè els assistents poguessin fer una autoavaluació competencial que els permetés preparar-se per superar els processos de selecció. Es van treballar eines per ser més visibles a les xarxes socials i es van revisar les metodologies més utilitzades en els processos de selecció actuals.

Accions innovadores de captació de talent

Actualment, al món globalitzat, connectat i ple d'impactes comunicatius en què vivim, saber captar el millor talent és tot un repte. Les formes "més tradicionals" de posar en contacte empreses i talent estan començant a perdre el seu atractiu i el necessari retorn que busquen les empreses. Arran d'això, i amb l'objectiu de donar una imatge innovadora i líder, el departament de Carreres Professionals ha dut a terme les següents accions:

- Trobada-esmorzar de *brainstorming* entre empreses i estudiants.
Organitzada el 20 de març 2017, va comptar amb la participació de 15 representants d'11 empreses que van presentar 3 propostes innovadores per a la seva futura captació de talent. La sessió es va realitzar al voltant d'un esmorzar, associat a les propostes d'activitats presentades.
- Màrqueting en bus.
Trobada entre estudiants i professionals del màrqueting interessats en debatre sobre el present i futur del sector. Va ser organitzada conjuntament pel Club de Màrqueting de Barcelona (Associació líder del sector del màrqueting) amb qui TecnoCampus té un conveni signat de col·laboració. Van ser 5 els estudiants del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals que durant tres hores van conversar amb Ignacio Sala, cofundador i director de màrqueting d'Atrápalo.

B) Capacitació professional

En un mercat laboral altament competitiu, el desenvolupament de competències professionals s'ha convertit per a les empreses en un element diferenciador a l'hora de seleccionar candidats. Tecnocampus, per mitjà del Servei de Carreres Professionals, vol ajudar als estudiants i graduats a adquirir i desenvolupar aquestes habilitats i millorar la seva ocupabilitat a través d'una programació de tallers i sessions impartides per experts en l'àrea de la selecció de personal conegut com a *Programa Skills*.

El programa del curs 2016-17 es va realitzar els dies 23, 25 i 30 de juny. En aquesta edició es van programar 9 sessions amb l'assistència de 199 estudiants de les assignatures de Recursos Humans i Relacions Interpersonals de l'ESCSET.

Els tallers impartits van ser:

- ✓ **"Les Xarxes Socials i la recerca de feina 2.0"**.
Les xarxes socials i professionals s'estan convertint en un potent aparador de recerca de candidats fins i tot abans que sorgeixi l'oferta. Durant la sessió es van donar eines i consells per tenir un perfil estratègicament treballat a les xarxes i consells per trobar ofertes a través de les diferents xarxes.
- ✓ **"Com fer el teu Currículum Vitae 2.0"**.
Amb el Currículum Vitae en paper ja no hi ha prou, és necessari enriquir-ho amb les eines 2.0.

Està comprovat que el paper cada vegada es queda més curt per demostrar el talent necessari que requereix el mercat laboral actual i cal aplicar creativitat per diferenciar-se.

En aquesta sessió es van treballar eines per passar del currículum tradicional al basat en competències, a més de facilitar eines digitals que li permetin una major potencia i visibilitat.

✓ **“LinkedIn, un aliat indispensable en la teva recerca de feina!”**

LinkedIn és el principal motor de recerca de feina 2.0. Durant la sessió es va donar una visió del gran poder que té i es van donar eines i consells per tenir un perfil estratègicament treballat, per tal de ser més visible i arribar a tenir un “perfil estel·lar”. També es va treballar de forma pràctica com trobar i poder accedir a les ofertes laborals.

✓ **“ Construeix la teva marca personal i sigues més atractiu en el mercat laboral”**

Taller impartit per la directora de Txell Costa Group, experta en màrqueting digital, on es van aprendre amb exercicis pràctics i exemples reals tècniques i estratègies per a la gestió d'un projecte de personal branding, ús d'eines offline (recerca de feina, actes de networking) i online (web, xarxes socials, blog, posicionament), per al desenvolupament de la marca personal.

✓ **“ Ja estic acabant la carrera... I ara què? T'ajudem a accedir al mercat de treball!”**

Taller impartit per l'experta en orientació laboral i capacitació professional, Eva Marini, de l'equip de Projectos TIC. Els últims anys de carrera són especialment importants per definir un objectiu professional, per això durant la sessió es van oferir eines per a que els assistents poguessin fer una autoavaluació competencial que els permetés preparar-se per superar els processos de selecció. Es van treballar eines per ser més visibles a les xarxes socials i es van revisar les metodologies més utilitzades en el processos de selecció actuals.

Per al curs 2017-18, el Servei de Carreres Professionals ha fet la proposta d'ampliar el format del programa Skills per tal d'arribar a tots els alumnes de l'ESCSET i fent del Programa Skills una activitat curricular inclosa en la matèria Pràctiques.

El programa es defineix a través d'un itinerari que els estudiants matriculats en la matèria Pràctiques hauran de seguir al llarg de curs per treballar les diferents necessitats detectades en el procés formatiu en cadascun dels cursos. Concretament, es treballaran els següents àmbits:

1. Desenvolupament competencial
2. Orientació professional
3. Inserció al mercat laboral
4. Gestió del canvi

Les sessions es proposaran amb un format dinàmic, motivador i sobretot participatiu. Seran 12 les sessions que es realitzaran, 3 sessions per curs i 1 per trimestre. L'esquema d'impartició a treballar en cada sessió serà el següent:

CURS	TRIMESTRE		
	Primer	Segon	Tercer
1	Habilitats socials, l'empatia i la comunicació assertiva	Comunicació verbal i no verbal i el poder de l'oratoría	La creativitat, la iniciativa, l'orientació a l'assoliment, el lideratge, el treball en equip i la negociació
2	Aprendre a conèixer i potenciar les teves competències personals	La motivació, la resiliència i la superació	L'acceptació, la motivació, la vocació i l'ocupació
3	Marca Personal	La importància del <i>Networking</i>	Canals i xarxes per difondre la marca personal
4	L'acceptació, la vocació i l'ocupació	La importància del <i>Networking</i>	Gestió del canvi i el mercat de l'oferta i la demanda

Cal ressaltar que durant el present curs 2017-18, el departament de Carreres Professionals està treballant per millorar els serveis existents i proposar noves accions dins l'àmbit de la inserció laboral, tant per a empreses com per a estudiants i graduats.

Els objectius de les noves propostes són:

- Incrementar els serveis de valor afegit per als estudiants i empreses per contribuir a millorar la seva ocupabilitat futura.
- Enfortir el model de relació Universitat i Empresa, oferint una cartera de servei de valor afegit que faci èmfasi en la captació de talent i en la qualitat de l'encaix entre oferta i demanda.

Amb aquests objectius, es proposa ampliar els programes actuals de **Reclutament de Talent i Capacitació Professional** amb noves propostes d'accions a realitzar i afegint dos nous programes que ampliïn la prestació de serveis a estudiants, empreses i als centres universitaris:

Orientació professional:

- Disseny i posada en marxa d'un nou servei d'Orientació Professional individualitzat. Consistirà en l'assessorament professional per part d'una persona experta en la definició dels seus objectius professionals, elaboració d'un pla d'acció i desenvolupament d'eines per a la recerca de feina.
- Creació d'un itinerari individualitzat, conjuntament amb la Fundació ONCE, d'acompanyament a la inserció laboral de persones amb discapacitat: servei d'orientació laboral personalitzat, formació en la recerca activa de feina i presentació dels candidats als processos de selecció adequats.
- Creació espai "Club de feina". Espai de referència per a estudiants i graduats de TecnoCampus amb eines i recursos per a la recerca de feina.

Seguiment de la inserció laboral dels titulats

L'objectiu és analitzar la qualitat de la inserció laboral, analitzant la situació laboral i condicions laborals, descripció del procés de trobar feina, formació continuada i punt de vista de l'empresa respecte a la inserció dels nostres estudiants i graduats. Aquest estudi complementaria el que ja es realitza des del departament de Qualitat de TecnoCampus i ajudaria a articular processos de millora contínua i, al mateix temps, poder informar a la resta de la comunitat sobre el resultat d'aquesta anàlisi.

5.1.2.2 Servei d'Emprenedoria Universitària

Tal com venint dient, l'Emprenedoria constitueix el tret singular i eix vertebrador de tots els estudis de l'ESCSET. Treballar les competències emprenedores i fomentar l'emprenedoria entre els estudiants són objecte constant d'atenció en totes les activitats acadèmiques i para-acadèmiques del centre. L'emprenedoria i la Innovació impliquen, alhora, la introducció de metodologies docents innovadores amb l'objectiu últim que l'estudiant adquireixi competències emprenedores.

El Servei d'emprenedoria Universitària té com a primer objectiu posicionar i donar visibilitat a Tecnocampus com a universitat emprenedora d'acord amb els estàndards internacionals; i com a segon objectiu, potenciar l'emprenedoria com a element singular per a la captació d'estudiants. Els àmbits d'actuació del servei i les activitats que el configuren es resumeixen en les següents:

Qualitat: Per tal de posicionar l'emprenedoria universitària del Tecnocampus d'acord als estàndards internacionals, cal conèixer quin és l'estat de les activitats acadèmiques i para-acadèmiques en emprenedoria. Per això, des del Servei d'Emprenedoria s'ha fet un recull de dades i indicadors ja establerts internacionalment que serveixen per definir i mesurar les "universitats emprenedores" i, prenent-los de referència, establir la posició de Tecnocampus vers la resta d'universitats.

Docència: A banda de les assignatures de l'àrea de coneixement d'emprenedoria i innovació, es treballa en el disseny d'assignatures transversals entre les tres escoles que formen el Tecnocampus. Concretament, s'està analitzant estendre l'assignatura optativa *Projectes empresarials universitaris* que sigui comú als tres centres per tal d'aconseguir equips multidisciplinaris en la creació de projectes d'empresa.

L'objectiu general de l'assignatura és que l'estudiant incorpori i/o millori competències i habilitats personals a la vegada que desenvolupa les línies bàsiques d'un projecte empresarial a partir del procés de transformació d'una idea innovadora en un model de negoci sostenible en el temps.

Aquesta assignatura és el reconeixement a les activitats dutes a terme per l'estudiant que acrediten la posada en pràctica de competències que es consideren bàsiques per al desenvolupament professional ja sigui per compte pròpia, com per compte aliena. L'activitat principal que es du a terme és el desenvolupament d'un projecte empenedor propi, ja sigui a títol individual o com a membre integrant d'un equip.

L'estudiant pot matricular-se d'aquesta assignatura un cop pugui acreditar documentalment que el pla de negoci està suficientment desenvolupat i l'anàlisi de viabilitat conclòs.

També s'està treballant en lliurar un certificat acreditatiu de l'itinerari empenedor seguit pels estudiants durant la seva vida universitària.

Implicació territorial: la tercera missió de la Universitat és crear valor per l'entorn que l'envolta. En aquest sentit, el Tecnocampus proposa incloure propostes d'empreses en assignatures; oferir servei de mentoratge a projectes empenedors de Batxillerat i Cicles formatius i treballar estretament amb altres entitats públiques i privades del territori.

Activitats para-acadèmiques: Des del Servei s'impulsen i organitzen diverses activitats para-acadèmiques que han servit per posicionar Tecnocampus com a universitat empenedora: Weekend Challenge, YUZZ, IntEnSem o Hackaton, alhora que es realitza una prospecció internacional sobre nous formats i col·laboracions i es dissenyen enquestes de satisfacció de totes les activitats para acadèmiques que permetin fer-ne el seguiment i establir propostes de millora.

L'IntEntSem és un programa internacional d'empenedoria intensiu en el qual poden participar estudiants i professors de diferents universitats europees, fins a 6 països. Dins aquest programa, els estudiants participants formen equips multidisciplinaris i multiculturals, tal com han de ser els equips empenedors, per desenvolupar un projecte innovador a partir d'una proposta donada per les universitats participants. En el transcurs de la setmana que dura l'experiència, es busca donar respostes diverses i d'èxit a necessitats del mercat. Les Universitats participants són:

- Ghent University - Belgium
- Université du Littoral Côte d'Opale - France.
- Jade University of Applied Sciences - Germany.
- Mälardalen University - Sweden.
- Tecnocampus - Spain

Durant el curs 2016-17, un estudiant de la doble titulació AdE/Màrqueting va participar en aquest programa.

El YUZZ és un programa dirigit a joves d'entre 18 i 31 anys que ofereix durant cinc mesos (gener – maig) recolzament, formació i assessorament per al desenvolupament de projectes innovadors de base tecnològica. Per poder accedir a aquest programa es requereix tenir un projecte de base tecnològica o amb un component d'innovació destacat.

Coordinat per CISE, amb el mecenatge de Banc Santander, a través de Santander Universitats, YUZZ ha creat més de 500 empreses en les seves sis edicions passades, i en la seva VII edició, realitzada el curs 2016-17, hi van participar més de 1.000 joves de 50 centres YUZZ distribuïts per tot el territori. Un dels centres va ser Tecnocampus, amb Yuzz Mataró.

YUZZ és un trampolí per start-ups tecnològiques, un ecosistema d'oportunitats que connecta joves empenedors amb mentors, coordinadors i empresaris. El programa els brinda accés a centres d'alt rendiment amb espai físic on desenvolupar les seves idees, relacionar-se amb altres empenedors, rebre formació d'una xarxa de més de 200 experts i assessorament individual.

Una vegada finalitzat el procés de formació, els joves amb el millor projecte de cada centre YUZZ realitzen un viatge a Silicon Valley on accedeixen a fòrums de finançament, assessorament en internacionalització i contacte amb inversors.

Tecnocampus va participar per primer cop el curs 2016-17 al programa YUZZ. Van ser seleccionats 18 projectes amb un total de 27 participants, dels quals 22 eren estudiants de 3r i 4t cursos dels Graus AdE i GI i de Màrqueting i CD.

El **Weekend Challenge** és un intens cap de setmana on joves universitaris/ries de Tecnocampus provinents de diferents disciplines comparteixen idees de negoci, formen equips multidisciplinaris, creen un model de negoci i adquireixen experiència emprenedora, recolzats per la figura d'un mentor que els guia en la fase de desenvolupament. Finalment el millor model de negoci plantejat obté una beca al programa IntEnSem.

La **Hackathon** és un esdeveniment creatiu i formatiu on es reuneixen joves estudiants de diferents àmbits de coneixement per abordar conjuntament i organitzats en equips multidisciplinaris un repte plantejat per l'organització que es pot concretar en el disseny d'un o varis projectes tecnològics, una aplicació o una web.

El Som Hackathon del Tecnocampus és una iniciativa de l'ecosistema de l'economia social i solidària i del moviment cooperatiu de consum que està transformant els sectors més estratègics de la nostra societat (energia, telecomunicacions i mobilitat).

En referència al premi a la idea millor desenvolupada, la passada edició aquest va ser de 3.000€, juntament amb l'accés directe al programa per emprenedors La Llançadora.

La Hackathon va comptar en la seva 1a edició amb 31 participants, i ja ha obtingut bons resultats: un dels projectes guanyadors, anomenat "Carryme", està instal·lat a la pre-incubadora.

És de destacar que durant curs 2016-17, 26 estudiants de Màrqueting i 83 de la doble titulació AdE/Màrqueting van participar en algun d'aquests programes.

Relacions internacionals: En aquest marc, el curs 2016-17 es va crear la Xarxa Llatinoamericana d'emprenedoria, liderada per Tecnocampus i amb la representació de 6 universitats llatinoamericanes: Universidad Nacional del Noroeste de la provincia de Buenos Aires-UNNOBA; Universidad Nacional del Sur-Argentina, Universidad Mayor de Xile, Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, Universidad del Norte de Colombia, Universidad ICESI de Cali, Universidad del Pacifico de Perú i la Universidad de Piura. El principal tret que defineix a aquestes institucions, és un model híbrid que integra una educació universitària de primer nivell amb una cultura emprenedora. Algunes d'aquestes universitats comparteixen característiques i objectius comuns que poden traduir-se en la creació d'un projecte sòlid de col·laboració a l'entorn d'un eix comú, el de la innovació i l'emprenedoria.

Espais d'Innovació: Les metodologies docents innovadores han d'anar acompanyades d'espais que permetin la seva pràctica. Amb aquets objectiu s'han creat dos laboratoris d'empreses on l'estudiant pot experimentar un nou entorn d'aprenentatge. A la mateixa zona és pretén traslladar la preincubadora de projectes empresarials dels estudiants del Tecnocampus com espai d'acceleració a la creació d'empresa (Veure apartat 5.2.).

"Generación Marketing": El gener de 2016, un grup d'estudiants de Màrqueting (tant del Grau com de la doble titulació), van constituir-se com a grup amb l'objectiu de compartir coneixements i experiències més enllà del que es treballa a les aules. Amb aquesta finalitat van crear la revista digital "Generación Marketing", oberta a qualsevol estudiant d'aquests estudis perquè els pugui servir per millorar la reputació online i crear una marca per guanyar prestigi en el sector i contactar amb empreses. Un altre objectiu del grup és el de donar visibilitat a totes les idees que neixen dels estudiants i ajudar a desenvolupar-les.

5.1.3 Satisfacció dels estudiants amb els serveis

Durant el mes de maig de cada any es passa una enquesta als estudiants per conèixer la seva satisfacció amb els serveis, les infraestructures i equipaments i altres aspectes que afecten la seva vida universitària. L'enquesta consta de 33 preguntes de diversa índole i en aquest apartat considerarem

només les que fan referència als serveis d'orientació acadèmica, suport a l'aprenentatge, pràctiques, mobilitat i inserció laboral.

La participació va ser elevada entre els estudiants de Màrqueting (40%) i la Doble titulació AdE/Màrqueting (52%). La següent taula mostra els resultats:

Satisfacció dels estudiants amb els serveis (per titulacions)		
	Màrqueting i CD	AdE/ Màrqueting
Participació	40%	52%
Serveis d'Orientació e informació acadèmica		
Gestió Acadèmica	6,4	6,2
Punt d'Informació a l'estudiant	6,5	6,6
e-Campus	7,0	7,3
Web	6,2	6,9
Suport a l'aprenentatge		
Biblioteca/CRAI (recursos)	7,4	7,4
Biblioteca/CRAI (atenció)	8,0	8,5
Pràctiques e inserció laboral		
Gestió i suport Pràctiques	6,4	7,7
Gestió i suport inserció laboral	6,9	7,9
Mobilitat i aprenentatge de llengües		
Gestió i suport a l'aprenentatge d'idiomes	6,8	6,5
Gestió i suport a la mobilitat internacional	6,2	6,4
Plan de Acció Tutorial (PAT)		
Acció tutorial	5,7	6,3

Valoracions enquesta estudiants amb els serveis

Global	<p>Es fa una valoració molt positiva de les qualificacions dels estudiants respecte del Pla d'Acció Tutorial (PAT) amb puntuacions de 5,7 en el Grau i de 6,3 en la Doble titulació, ja que representen millores significatives respecte del curs anterior. La millora de l'acció tutorial era una de les proposades en el Pla de millores del curs passat, ja que els estudiants solien valorar aquest ítem amb puntuacions per sota del 5. Les valoracions d'aquest curs confirmen, doncs, els bons resultats de les accions empreses, tot i que caldrà seguir avançant en el desenvolupament d'aquelles previstes en el PAT i encara pendents de desplegar. És per això que se segueix posant en el Pla de Millores al desenvolupament del PAT així com el seguiment dels resultats per veure si s'assoleixen els resultats pretesos.</p> <p>El servei més ben valorat és el de Biblioteca/CRAI, tant pel que fa als recursos com l'atenció que es presta, valorada aquesta amb valors iguals o superiors a 8.</p> <p>El servei de Carreres Professionals obté valoracions molt altes, tant en la gestió de les Pràctiques com en les accions de suport a la inserció laboral. Tots dos ítems estan valorats amb una mitjana de 7 aproximadament, tot i que amb valoracions molt més altes dels estudiants de la Doble titulació que la del Grau.</p> <p>Globalment, la valoració mitjana dels estudiants amb aquest tipus de serveis és propera al 7, és a dir, un resultat satisfactori.</p>
--------	---

[Veure evidències subestàndard 5.1](#)

5.2. Els recursos materials disponibles són adequats al nombre d'estudiants i a les característiques de la titulació.

La convivència de l'ESCSET amb d'altres centres universitaris, ha comportat la creació d'un nou model de campus, multidisciplinar i transversal, compartint espais, serveis i equipaments amb els altres dos centres integrats a Tecnocampus.

Espais i equipaments

Amb una superfície construïda de 46.940 m² i urbanitzada de 20.290 m², el Parc TCM compta amb tres grans edificis envoltats de zona verda. En aquest complex es diferencien cinc espais destinats a: centres universitaris (Escola Universitària Politècnica Superior TecnoCampus, Escola Superior Ciències Socials i de l'Empresa TecnoCampus i l'Escola Superior de Ciències de la Salut TecnoCampus), un centre de R+D+i, incubadora, empreses tecnològiques, centre de congressos i aparcament públic. Els espais per a la impartició d'estudis universitaris al parc consisteixen en 12.400 m², destinats a aularis, laboratoris, despatxos de direcció i de professorat i serveis comuns.

(veure evidència relacionada: [plànol Tecnocampus](#), [visita virtual 360º al Tecnocampus](#))

Els metres quadrats dels espais disponibles per a docència i la capacitat d'aquests espais és la següent:

Espais	Quantitat	m2	Capacitat
Aules	32	2.991	2.050
Laboratoris	30	1.934	580
Espais addicionals	3	415	120
TOTAL	65	5.340	2.750

És a dir, els edificis del campus tenen una capacitat de 2050 places en aules de teoria, 580 places de laboratori i 120 places en aules especialitzades (Sala Polivalent, Sala de Graus i InnoLab) que permeten l'ocupació d'un total de 2.179 estudiants en presència simultània.

Totes les aules estan dotades de projecció multimèdia i sonorització d'alta fidelitat que permet desenvolupar l'activitat docent amb el suport de les millors eines tecnològiques. L'accés a Internet i altres recursos estan disponibles gràcies a la connectivitat d'alta velocitat disponible a l'aula i la cobertura WIFI, que permet als estudiants l'accés a la informació docent des de la mateixa. Les aules de major dimensió es destinen per a algunes de les matèries bàsiques i obligatòries comunes dels primers cursos dels Graus.

Una de les aules és l'anomenada "Sala de Graus", equipada amb mobiliari noble i pensada per a la docència en els Màsters o per a la presentació de treballs de final de grau o de màster.

Els despatxos de direcció dels centres i del professorat així com dels diferents serveis universitaris es troben en el mateix edifici, facilitant el contacte i la relació amb els estudiants i la cohesió de la comunitat universitària. El PDI disposa de despatxos, espais per a seminaris i espais de reunions per preparar la seva activitat docent i de recerca.

En una enquesta que responen els graduats quan venen a tramitar el títol, aquests valoren amb un 7,1 (promoció 15/16; 42% de participació en l'enquesta) i un 6,5 (promoció 16/17; 50% de participació en l'enquesta) l'adequació dels espais i recursos materials, pel que considerem que aquests son adients.

E-Campus

Entre els equipaments que Tecnocampus posa a disposició dels estudis, cal comptar amb l'espai virtual, anomenat eCampus. Un cop autenticat amb el nom d'usuari i contrassenya, estudiants i professors accedeixen al seu eCampus, espai virtual que ofereix les informacions i accessos més destacats:

- Perfil personal Tecnocampus (mail, NIA (número identificador dins l'organització), nombre d'impressions disponibles, espai per gestionar el carnet d'estudiant...),
- Accés a gestions acadèmiques (accés, matrícula, prematrícula...)
- Serveis als estudiants (biblioteca, reserves mobilitat internacional, carrers professionals, unitat de participació de la comunitat universitària)

- Agenda d'activitats de Tecnocampus o avisos de les secretaries de les Escoles i notícies destacades d'actualitat que poden enviar des del servei de mobilitat internacional, la Unitat d'atenció a la comunitat universitària o el servei de carreres professionals.
- Accés a les Aules Virtuals de cada una de les assignatures matriculades. Són l'espai on cada professor proporciona materials i indicacions per seguir l'activitat de l'assignatura, es fa l'entrega de les activitats, s'informa de les dates més rellevants de l'assignatura i es publiquen les qualificacions.. A cada aula hi ha el professor/s responsable/s de l'assignatura i tots els estudiants matriculats.

L'ús del campus virtual com a eina de comunicació entre estudiants i professorat i com a eina de seguiment de les assignatures s'ha mostrat molt efectiva i, malgrat que el nombre de professorat associat del centre és molt elevat, val a dir que tots ells treballen amb regularitat a través del campus virtual. En aquest sentit és de destacar el recolzament que reben dels coordinadors o coordinadores dels Graus respectius a l'hora de definir el PAD, penjar materials de suport a la docència, qualificacions, notícies ... En un altre ordre, també es constata que a Tecnocampus hi ha un gran potencial en l'aplicació d'eines digitals per millorar aspectes comunicatius. És per això que el centre s'ha posat com a objectiu millorar l'oferta d'eines digitals que permetin una comunicació àgil, dinàmica, instantània i bidireccional, entre el professorat i els estudiants, entre els estudiants entre ells i entre estudiants i direcció de l'Escola.

Serveis universitaris

CRAI-Biblioteca

El CRAI va ser dissenyat amb la voluntat de donar cobertura a tots els ensenyaments que s'imparteixen al Tecnocampus, i amb la pretensió de ser un servei multifuncional amb espais diversos. El seu funcionament s'adapta als ritmes acadèmics del curs lectiu, per la qual cosa l'horari de servei s'augmenta quan comença el període d'exàmens. En l'actualitat, durant el període lectiu, es presta servei de 9 a 21h de dilluns a divendres, i en períodes de preparació i de realització d'exàmens, s'obre de dilluns a divendres de 9 a 00h i els caps de setmana i festius, de 8 a 00h.

El CRAI està estructurat en dues plantes, cadascuna amb un accés diferent però connectades entre elles. La planta inferior té accés directe a l'exterior, fent possible el servei durant els períodes en els quals la resta de l'edifici universitari és tancat. Els espais responen a les necessitats derivades de les metodologies docents derivades del procés d'autoaprenentatge per part dels estudiants. Per això hi ha dues sales de treball en equip, dues sales equipades amb estacions informàtiques per a ús directe i restringit al col·lectiu del TCM, i set espais d'estudi que permeten el treball en grups reduïts. Aquests espais són reservables per part dels usuaris del servei, i permeten tant la preparació de treball i exàmens com la simulació d'exposicions i presentacions. Des del CRAI hi ha connexió sense fils a Internet, i servei d'impressió i escaneig de documents.

Els fons bibliogràfics s'ajusten a les necessitats del col·lectiu acadèmic i s'adapten en funció de les seves necessitats. El creixement de la col·lecció es duu a terme a partir del pressupost assignat al CRAI, i contempla aspectes com el volum de préstec, el nombre d'assignatures noves i el grau d'obsolescència del mateix. Des del Tecnocampus, a més, poden accedir a un ingent nombre de recursos electrònics d'informació que es contracten de manera consorciada des del CSUC. Pel que fa a l'ús extern de documents, els usuaris del CRAI tenen dret al préstec dels fons del Tecnocampus, i de la resta d'ubicacions físiques de la UPC, així com poden gaudir del préstec consorciat de documents de la UB, la UAB, la UPF, la UdG, la UdL, la URV, la UOC, la URL, la UVIC-UCC i la Biblioteca de Catalunya.

La Biblioteca-CRAI ha estat des de sempre un dels serveis més ben valorats per part dels estudiants. Malgrat això, degut a l'important creixement que s'ha produït a l'ESCSET i a tots els títols del Tecnocampus, s'ha de poder valorar a mig termini la suficiència d'espais d'estudi i treball a disposició dels estudiants, així com, també, els horaris d'obertura i la restricció d'accés a públic extern en èpoques d'exàmens, tal com els estudiants demanen de manera reiterada.

D'altra banda, atesa la tendència digital que s'està imposant a les assignatures, cal procurar que des del CRAI es pugui donar resposta a les noves necessitats dels estudiants (accés remot de les informacions i materials del CRAI, consulta online de documents, repositoris digitals de TFG, TFM, materials docents d'accés obert...).

És per això que en el Pla de Millores s'incorpora una proposta de millora relacionada amb aquests dos aspectes.

Encara que en un altre ordre però com a servei relacionat, s'està treballant per a desenvolupar un arxiu digital Tecnocampus, perquè més enllà de l'arxiu dels expedients acadèmics i de la documentació oficial directament vinculada al centre i a les titulacions, no es disposa d'un arxiu centralitzat i organitzat per a la resta de documentació gestionada des del centre (material docent d'altres cursos, TFG, TFM, currículums del professorat, , actes de reunions, Memòries verificades, memòries acadèmiques, normatives i informes diversos, fotografies i produccions multimèdia, correspondència, documents històrics i fundacionals,...). És per això que s'incorpora la proposta E5.2 en el Pla de Millores.

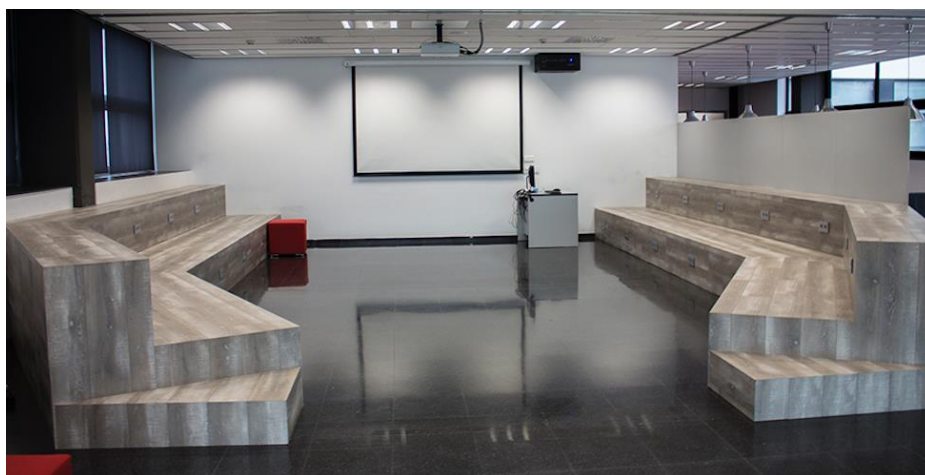
Gestió Acadèmica

A banda de la gestió diferenciada derivada de les particularitat dels tres centres universitaris de Tecnocampus, es du a terme una gestió unificada de diferents processos, com ara el de preinscripció i matrícula o els estudis estadístics i anàlisi de dades.

BusinessLab i InnoLab

BusinessLab

El Business Lab és un espai recentment inaugurat que consta de dues sales preparades per ser espais on la docència i l'aprenentatge tenen noves oportunitats. Una aula amb espais pels treballs en equip i amb dues grans grades amb capacitat per 60 estudiants, equipament audiovisual d'última generació i l'assignació de l'espai a assignatures de l'àrea de la innovació, creativitat i empreudoria.





InnoLab

Durant el curs 2010-11 es va detectar la necessitat de disposar d'un espai on realitzar activitats docents de format més pràctic. Es va començar a dissenyar la idea d'un laboratori d'innovació per tal de donar resposta a una creixent demanda d'activitats complementàries a la docència ordinària que alhora fossin més reals a l'entorn que ens envolta.

L'InnoLAB es defineix com un multi-espai modelable per realitzar activitats, tallers, seminaris, *workshops*, que fomentin la interacció dels diferents agents implicats en la creació i desenvolupament de projectes avantguardistes en l'àmbit de l'emprenedoria i la innovació.

Es tracta d'una aula no convencional, amb mobiliari i equipaments que faciliten el treball participatiu. A banda, s'hi presta un servei de preincubació de projectes de creació d'empresa o de negocis. L'InnoLAB ha esdevingut un servei clau en el desenvolupament de l'activitat emprenedora i innovadora dels estudiants.



UACU (Unitat d'Atenció a la Comunitat Universitària)

L'objectiu d'aquest servei és donar suport als estudiants com a centre dinamitzador de la comunitat universitària. Des de la UACU s'organitzen activitats de voluntariat, activitats lúdiques i competicions esportives adreçades als estudiants i, en un altre ordre, es dóna suport a les activitats que organitza l'Associació d'Estudiants (AsEst) de Tecnocampus. Són de destacar activitats com l'Aula de Teatre, concursos fotogràfics o, el que té més visibilitat, la colla castellera Els Passerells, molt activa i amb molta presència en l'àmbit universitari.

Pel que fa a les competicions esportives, algunes tenen caràcter intern o local (Maresme), però la majoria s'inscriuen a la UPF i els estudiants que s'hi apunten competeixen en l'àmbit universitari com

a estudiants d'aquesta universitat (cal assenyalar que alguns dels nostres estudiants han aconseguit medalles i premis en diverses competicions esportives universitàries) obtenint així el reconeixement de crèdits RAC (Reconeixement per activitats complementàries).

No obstant això, encara es constata una escassa participació dels estudiants en les activitats lúdiques, culturals i de voluntariat i cooperació organitzades per la UACU, i és per això que en el Pla de Millores s'incorpora una proposta que té com a objectiu augmentar aquesta participació.

Servei de Qualitat, Aprenentatge i Innovació (SQA)

La seva activitat es desenvolupa a l'entorn de quatre àrees amb objectius específics però tots ells vinculats a la millora de la qualitat, en especial dels centres i titulacions de Tecnocampus:

Planificació acadèmica: Té com a objectius i) Definir i implantar el Sistema Intern de Garantia de la Qualitat dels centres universitaris; ii) Contribuir a què els plans d'estudi dels ensenyaments oficials dels centres universitaris de Tecnocampus garanteixin en la planificació, el disseny, l'aplicació a les aules i en l'acreditació, els criteris de qualitat establerts per la pròpia institució, la Universitat Pompeu Fabra i altres agents d'avaluació de la qualitat; iii) Assessorar en la definició, manteniment i validació dels indicadors com a eina de seguiment del desenvolupament institucional; i iv) Dissenyar, elaborar i coordinar enquestes i sondejos d'avaluació institucional com a part informativa del sistema intern de garantia de qualitat.

Formació del professorat: Té com a objectiu contribuir a la formació del professorat dels centres universitaris de Tecnocampus organitzant un conjunt d'activitats formatives, de caràcter divers i relacionades amb l'activitat docent que aquests desenvolupen.

Innovació Docent: Té com a objectiu impulsar les activitats d'innovació, millora i suport a la docència i, en particular, donar suport a la gestió dels projectes vinculats a la innovació i la millora de la docència a Tecnocampus. Això s'aconsegueix mitjançant l'assessorament del professorat en aspectes de planificació docent i en la promoció de la introducció de noves metodologies i aplicacions tecnològiques a les aules i en l'activitat docent.

Qualitat: Té com a objectius i) Promoure la qualitat educativa per mitjà de l'anàlisi de processos, activitats i projectes vinculats a la millora de l'organització i de la qualitat de la docència; ii) Donar suport als processos d'Avaluació i Acreditació dels centres i titulacions de Tecnocampus; iii) Organitzar i fer el seguiment i actualització del Sistema d'Informació a la Direcció (SID), tot procurant que la informació sigui verídica, puntual i constantment actualitzada i a disposició dels òrgans que han de fer les anàlisis i valoracions a partir de les evidències incorporades en aquest sistema; iv) Fer el seguiment dels Plans de Millora establerts en els Informes de Seguiment anuals de les titulacions; i v) Vetllar perquè la informació d'interès que es posa a l'abast dels diferents agents implicats en els centres i titulacions dels centres universitaris de Tecnocampus sigui completa i actualitzada (web, intranet, Moodle).

Els serveis o unitats esmentats anteriorment constitueixen el que s'anomena en el seu conjunt "Serveis de Campus". Cal esmentar, però, la resta de serveis transversals anomenats "Serveis de Suport General", que donen suport als centres universitaris i a l'Àrea d'Empresa de TCM: direcció i secretaria general, administració i finances, recursos humans, infraestructures i manteniment i comunicació i màrqueting.

[Veure evidències subestàndard 5.2](#)

Estàndard 6. Qualitat dels resultats dels programes formatius

6.1. Els resultats d'aprenentatge assolits es corresponen amb els objectius formatius pretesos i amb el nivell del MECES de la titulació.

Amb l'objectiu de garantir l'assoliment de les competències i habilitats descrites i verificades a la memòria de grau com a adequades al nivell MECES2 equivalent al nivell 6 (EQF-6) del marc europeu, el Grau es divideix en tres matèries organitzades de manera que les assignatures que en formen part segueixin una relació al llarg dels quatre cursos del grau permetent: a) que l'estudiant i el professorat es pugui situar i contextualitzar l'assignatura en el conjunt del grau, i b) fent que tant les competències com els resultats d'aprenentatge associats es puguin desplegar més enllà d'una sola assignatura donant més coherència al conjunt i reforçant-ne l'assoliment d'una manera holística.

Com a exemple dels resultats que s'obtenen a través d'aquesta organització, es descriu a continuació com s'assoleixen els resultats d'aprenentatge esperats en dues assignatures obligatòries, les de "Disseny i execució d'una campanya de màrqueting" i "Gestió de plataformes digitals". Més endavant, ens referirem a com s'assoleixen els resultats d'aprenentatge en les assignatures de Llengua Estrangera, en el TFG i en les Pràctiques.

Resultats d'aprenentatge de l'assignatura "Disseny i execució d'una campanya de màrqueting"

A la matèria Fonaments de màrqueting els estudiants comencen el primer curs fent "Fonaments de màrqueting" i "Comportament del consumidor", a segon curs veuen les quatre "P" del màrqueting mix a través de quatre assignatures: "Disseny de producte i gestió de marca", "Definició de preu i proposta de valor", "Distribució, Logística i relació amb els canals" i "Estratègies de publicitat i promoció". Aquest conjunt d'assignatures permeten que a tercer curs els estudiants puguin afrontar dues assignatures relacionades centrades en l'aplicació dels coneixements prèviament treballats. Aquestes són "El pla de màrqueting" i "Disseny i execució d'una campanya de màrqueting".

Per aquest motiu, els resultats d'aprenentatge d'aquesta assignatura són:

RA2.5- Desenvolupar el procés d'Investigació Comercial dins de l'àmbit d'un Pla de Màrqueting Estratègic, mitjançant l'aplicació de mètriques i eines de mesura que serveixin de suport a la presa de decisions de l'empresa i en l'aplicació dels indicadors de gestió.

Aquest resultat d'aprenentatge es treballa a través del cas real de l'empresa, posant en contacte als estudiants i al personal de l'empresa per tal que puguin recollir la informació necessària. Aquesta tasca compta amb el suport del professor que exerceix de mentor. Aquest resultat d'aprenentatge està vinculat a l'assoliment de les competències específiques:

CE1. Reconèixer l'entorn en què opera l'organització, el funcionament de l'empresa i les seves àrees funcionals i els instruments d'anàlisi.

CE2. Aplicar els fonaments de màrqueting i investigació de mercats

CE3. Identificar les eines qualitatives i quantitatives d'anàlisi i diagnòstic per a la investigació de mercats

CE4. Analitzar, i avaluar les estratègies de desenvolupament, llançament i posicionament de nous productes així com prendre decisions en relació amb la variable producte, preu, distribució i comunicació

CE5. Reconèixer les particularitats de l'activitat de màrqueting en sectors d'activitat amb característiques específiques

RA2.4- Conèixer i ser capaç de desenvolupar el procés de Comunicació Integrada Corporativa i l'elaboració d'un Pla de Comunicació Estratègic.

Un cop analitzat el context, els estudiants duen a terme una proposta multicanal alineada amb la realitat del negoci. Aquest resultat d'aprenentatge està vinculat a l'assoliment de les competències específiques:

CE9. Aplicar les eines tecnològiques per a l'aprofitament dels recursos del Negoci a través del Màrqueting

CE14. Aplicar els coneixements adquirits a la gestió comunitats digitals

CE15. Reunir i interpretar dades significatives per a emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'àmbit empresarial i ser capaç d'elaborar un document que permeti transmetre informació o una proposta empresarial innovadora.

Gràcies a l'ecosistema Universitat-Empresa del Tecnocampus, aquestes assignatures es treballen a través de l'aplicació dels coneixements a un cas real. Aquest ha estat el funcionament de l'assignatura "Disseny i execució d'una campanya de màrqueting" des de la seva primera edició. Arrel dels nombrosos casos d'èxit i atenent a la idoneïtat de dotar els estudiants d'un aprenentatge significatiu més enllà d'una sola assignatura, enguany l'experiència s'ha ampliat a l'assignatura "El pla de màrqueting" que es realitza el mateix curs al trimestre anterior.

Resultats d'aprenentatge de l'assignatura "Gestió de plataformes digitals"

Per a la matèria corresponent a Comunitats digitals i màrqueting aplicat, s'ha dissenyat una altra seqüència d'assignatures que permet també aquest treball contextualitzat que va més enllà d'una sola assignatura. En aquest cas, a primer curs els estudiants aprenen on posar en funcionament una pàgina web creada amb un CMS. A segon curs, optimitzen i posicionen aquesta pàgina web a l'assignatura de "Comunicació 2.0", l'omplen de contingut a l'assignatura "Màrqueting de continguts" i aprenen a posicionar-la a través d'estratègies de pagament a "Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials". En paral·lel a aquesta seqüència, els estudiants elaboren una estratègia en plataformes socials a "Xarxes Socials", completant així el conjunt d'assignatures que permeten l'elaboració d'una estratègia global a la xarxa.

Per aquest motiu, els resultats d'aprenentatge d'aquesta assignatura són:

RE3.2- Comunicar el procés a través de Comunicació Integrada Corporativa mitjançant l'elaboració d'un Pla de Comunicació Estratègic, a través del coneixement de la realitat de l'empresa i adaptat a les xarxes socials.

El projecte que s'inicia en aquesta assignatura té la finalitat de seguir evolucionant al llarg dels cursos amb el desenvolupament d'aquesta matèria. En aquest sentit, es requereix una visió global més enllà de la plataforma concreta. Aquest resultat d'aprenentatge està vinculat a l'assoliment de les competències específiques:

CE1. Reconèixer l'entorn en què opera l'organització, el funcionament de l'empresa i les seves àrees funcionals i els instruments d'anàlisi.

CE2. Aplicar els fonaments de màrqueting i investigació de mercats.

CE5. Reconèixer les particularitats de l'activitat de màrqueting en sectors d'activitat amb característiques específiques.

CE11. Aplicar els coneixements per emprendre projectes de negoci que permetin la creació de noves empreses o la millora de les ja existents, aplicant idees innovadores i creatives

RE3.3- Dominar les eines tecnològiques bàsiques per a l'aprofitament dels recursos de Màrqueting, l'e-Màrqueting i de les Xarxes Socials com a suport a la presa de decisions empresarials.

Per tal de dur a terme el projecte web es du a terme una introducció a diversos conceptes vinculats amb Internet, eines tecnològiques i desenvolupament web.

Aquest resultat d'aprenentatge està vinculat a l'assoliment de les competències específiques:

CE9. Aplicar les eines tecnològiques per a l'aprofitament dels recursos del negoci a través del Màrqueting

CE13. Identificar les eines bàsiques d'e-Màrqueting

Després d'aquesta seqüència els estudiants han pogut construir un projecte integral aplicant els coneixements treballats al llarg de tres cursos. A més, aquests projectes són proposats pels estudiants pel que, sovint, són una oportunitat per al desenvolupament de projectes emprenedors que van creixent al llarg del Grau. Per completar aquests cicles, les assignatures optatives són una opció que permet a aquells que ho desitgen, especialitzar-se encara més en el tema.

Resultats d'aprenentatge de les assignatures "Llengua Estrangera"

Un altre dels casos a destacar és el tractament que es dona a les assignatures obligatòries de Llengua Estrangera I i Llengua Estrangera II per assolir els resultats d'aprenentatge esperats. En aquest cas, l'objectiu és que l'estudiant adquireixi el nivell B.2 d'anglès, nivell mínim fixat per la Generalitat de Catalunya per a l'obtenció de títol. És per això que aquestes assignatures s'imparteixen per nivells determinats segons el MECR i no pel curs on estan adscrites, la qual cosa permet un millor aprofitament per part de l'estudiant, ja que li permet assistir al nivell que correspon als seus coneixements de la llengua estrangera independentment del curs en què estigui matriculat. Els estudiants realitzen una prova obligatòria de domini lingüístic (PDL) en el moment de començar la carrera i són assignats al nivell que els hi correspon segons els coneixements que tingui de l'Anglès. En el cas que l'estudiant ja hagi assolit el nivell B.2.2, pot escollir entre estudiar nivells superiors d'aquesta llengua o bé optar per estudiar altres llengües (en aquests moments alemany, francès o italià).

Aquesta possibilitat -totalment innovadora en l'àmbit universitari dins dels ensenyaments oficials- constitueix un dels elements diferencials del centre, ja que s'aplica a tots els Graus de l'ESCSET. A més, destacar que els estudiants reben 90 hores de classe anuals d'idiomes tot i que matriculen només 6 ECTS cada any, ja que segons el MECR aquest és el nombre mínim d'hores per assolir cada nivell. Aquesta singularitat requereix una dificultat organitzativa afegida, ja que en confeccionar els horaris cal deixar franges horàries durant les quals a l'Escola només s'imparteixen Idiomes. Tal com esmentàvem en el punt 1.2., aquesta metodologia ha comportat uns resultats excel·lents pel que fa al coneixement de l'anglès, tal com pot veure's en la taula següent:

Diagnosi del nivell d'anglès dels estudiants de tercer curs (2016-17)				
Estudi	Total estudiants	Amb acreditació prèvia del nivell B.2	Amb nivell superior a B.2 obtingut al llarg dels estudis	Amb nivell inferior al B.2
Màrqueting	76	11	54	11
AdE/Màrqueting	57	6	51	0
	133	17	105	11

És a dir, gairebé el 92% dels estudiants de tercer curs ja tenien el nivell mínim necessari establert a Catalunya per a l'obtenció del títol. És de preveure que el 8% restant –tots ells del Grau de Màrqueting- pugui obtenir també aquest nivell cursant un curs d'anglès fora del currículum. Aquest bon resultat de ben segur que no seria possible si no s'hagués modificat el Pla d'Estudis incorporant més contingut de Llengües.

Pràctiques

En el Pla d'Estudis del Grau de Màrqueting i Comunitats Digitals les Pràctiques són curriculars i estan valorades amb 12 ECTS. A banda, si resten llocs de Pràctiques no cobertes pels estudiants que les han de cursar com a curriculars, els estudiants poden cursar-les com a extracurriculars. Cal tenir present que amb la nova normativa reguladora a nivell estatal de juliol de 2014, els estudiants poden fer-les des de primer curs, però a l'ESCSET s'exigeix que, com a mínim, tinguin 30 ECTS superats per a poder-les fer.

Durant el curs 2016-17, a l'ESCSET s'han publicat i gestionat 155 ofertes laborals i 1139 ofertes de pràctiques, essent els estudiants del Grau de Màrqueting i de la doble titulació AdE/Màrqueting els que més Pràctiques han realitzat, tant curriculars com extracurriculars. Les dades referents als convenis de cooperació educativa gestionats per als estudiants del Grau de Màrqueting i CD i de la doble titulació AdE/Màrqueting són les següents:

Titulació	Convenis tramitats	Estudiants participants	Hores totals de pràctiques	Remuneració total CCE	Remuneració mitjana preu/hora
Màrqueting	130	82	40.197	127.906,67 €	3,90 €
AdE/Màrqueting	132	78	42.075	173.275,20 €	4,70 €

En total van ser 262 els convenis tramitats amb 160 estudiants implicats, és a dir, gairebé el 32% dels estudiants d'aquests estudis van fer Pràctiques durant el curs. Aquestes xifres es consideren molt satisfactòries, ja que indiquen que el centre està donant resposta a les expectatives que tenen els estudiants de nou accés respecte a la possibilitat de fer Pràctiques que els facilitin, també, la inserció laboral (veure en l'apartat 1.3. els resultats de l'enquesta sobre les expectatives dels estudiants de nou accés).

Pel que fa als llocs de Pràctiques, l'ESCSET disposa d'una borsa d'empreses suficient en nombre i qualitat. Els estudiants fan les pràctiques majoritàriament en empreses del sector o bé en departaments de màrqueting de grans o mitjanes empreses. En alguns casos també fan estades en petites empreses, ja que aquestes cada vegada donen més valor a les activitats relacionades amb el màrqueting (comercialització i anàlisi de mercat sobretot) per millorar la seva competitivitat.

Per a la consecució d'empreses que vulguin acollir estudiants en Pràctiques, és de destacar el gran suport rebut per les empreses i institucions que formen part del *Consell Sectorial per als estudis de Màrqueting* a què ens referíem en el punt 1.4., òrgan assessor del centre per a la titulació de Màrqueting i CD que té com a objectiu bàsic estrènyer lligams entre el centre i entitats i institucions vinculades a aquest àmbit. El Consell està format sobretot per directius d'empreses dedicades al Màrqueting, però també hi és present el president del *Club de Màrqueting* de Barcelona, associació que compta amb una cinquantena d'empreses i entitats dedicades a aquesta activitat moltes de les quals s'han ofert per acollir estudiants de l'ESCSET.

D'altra banda, també es considera un bon resultat el nombre d'estudiants que han aconseguit quedar-se a l'empresa on han fet les Pràctiques un cop s'han graduat. De l'enquesta d'inserció laboral realitzada telefònicament durant el mes d'octubre de 2017 entre els graduats i graduades de les promocions 2015-16 i 2016-17, el 22,5% dels graduats el 2015-16 declaren haver aconseguit la feina mitjançant aquesta via, i de la promoció 2016-17, 9 dels 22 estudiants (un 40,9%) que van respondre l'enquesta van declarar també estar treballant en l'empresa on havien fet les Pràctiques durant els estudis.

Satisfacció dels estudiants i empreses amb les Pràctiques

En finalitzar les pràctiques curriculars, l'estudiant valora a través d'una enquesta la seva satisfacció pel que fa al procés d'aprenentatge que ha mantingut durant la seva estada a l'empresa o institució que l'ha acollit. L'enquesta és obligatòria i, per tant, la participació és del 100%. Els resultats assolits són els següents:

Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals. Satisfacció amb les Pràctiques		
a) Satisfacció dels estudiants	Curs 2015-16	Curs 2016-17
Satisfacció global amb les Pràctiques realitzades	8,42	8,49
Capacitat per desenvolupar en el lloc de Pràctiques els coneixements i habilitats adquirits durant els estudis	8,13	8,39
Satisfacció amb l'empresa (implicació en la seva formació, suport del tutor de l'empresa)	8,5	8,7
b) Satisfacció de les empreses	Curs 2015-16	Curs 2016-17
Satisfacció global amb l'estudiant o estudiants acollits	8,66	9,28
Valoració de les capacitats dels estudiants (capacitat d'aprenentatge, treball en grup, habilitats digitals)	8,3	8,8
Valoració de les actituds dels estudiants (puntualitat, grau d'implicació amb l'empresa, col·laboració i servei)	8,6	9,2

Doble titulació AdE i GI / Màrqueting i CD. Satisfacció amb les Pràctiques	
a) Satisfacció dels estudiants	Curs 2016-17
Satisfacció global amb les Pràctiques realitzades	8,45
Capacitat per desenvolupar en el lloc de Pràctiques els coneixements i habilitats adquirits durant els estudis	8,6

Satisfacció amb l'empresa (implicació en la seva formació, suport del tutor de l'empresa)	8,7
b) Satisfacció de les empreses	
Satisfacció global amb l'estudiant o estudiants acollits	8,73
Valoració de les capacitats dels estudiants (capacitat d'aprenentatge, treball en grup, habilitats digitals)	8,8
Valoració de les actituds dels estudiants (puntualitat, grau d'implicació amb l'empresa, col·laboració i servei)	8,8

Les valoracions són molt elevades, tant les dels estudiants com la de les empreses. No hi ha cap ítem valorat per sota del 8, tant per part dels estudiants del Grau com dels de la doble titulació. Entre els estudiants del Grau, s'observa fins i tot un augment de les valoracions que fan d'un curs a l'altre en tots els ítems.

Els resultats d'aprenentatge de les Pràctiques es consideren satisfactoris però, malgrat això, es preveuen introduir aspectes de millora per tal de garantir l'adquisició per part de l'estudiant de competències específiques del títol. En la Memòria de verificació es contempla que l'estudiant pot treballar qualsevol d'aquestes competències segons sigui el lloc on desenvolupa les Pràctiques, però cal conèixer amb més precisió i de manera més puntual quines són exactament les competències específiques que es treballen i amb quin abast i intensitat. Per això, cal que tant l'estudiant com el tutor acadèmic o de l'empresa, coneguin les competències específiques associades al títol, puguin determinar quines es treballaran al llarg de les Pràctiques i com assegurar que els resultats d'aprenentatge siguin els esperats.

És per això que s'incorpora una proposta en el Pla de Millores en aquest sentit.

Treball Final de Grau (TFG)

El TFG comporta la realització per part de l'estudiant d'un projecte, un estudi, una memòria o un treball en què s'apliquin, s'integrin i es desenvolupin els coneixements, les capacitats, les competències i les habilitats adquirides en els estudis universitaris del Grau. En particular, el TFG pot ser un treball d'investigació o un projecte de creació d'una empresa o projecte empresarial innovador. El tema del TFG pot ser elegit per l'estudiant en funció de les seves preferències o proposat pel tutor acadèmic. El TFG està orientat a l'avaluació de competències associades al títol i conclou amb la defensa i l'aprovació de la feina.

Durant el curs 2016-17, 42 estudiants del Grau de Màrqueting i 2 estudiants de la doble titulació AdE/Màrqueting va elaborar i defensar el TFG. Dels 44 TFG, 24 desenvolupaven un treball científic, i 20 desenvolupaven un projecte de creació d'una empresa o negoci.

Prèvia a la realització del TFG, els estudiants cursen l'assignatura obligatòria *Elaboració de Projectes*, pensada per donar les pautes necessàries per abordar amb èxit el TFG.

La realització del TFG té associades diferents activitats que conformen el seu desenvolupament en diferents fases:

- *Elaboració de la Memòria de la proposta de TFG (Memòria 1)*: S'elabora durant el primer trimestre del curs i serveix per explicar la proposta de TFG que es vol dur a terme. Ha de contenir com a mínim: la justificació i interès del projecte; una primera cerca d'antecedents sobre el tema objecte d'estudi; l'objectiu de la investigació; la metodologia que es farà servir i un cronograma de treball amb les fases previstes per a la realització del TFG.
- *Elaboració de la Memòria intermèdia del TFG (Memòria 2)*: Es lliura a meitat de curs i té com a finalitat explicar com ha evolucionat el TFG des de la presentació de la proposta inicial i quines fases s'han treballat, així com veure si es compleix el calendari previst i si cal modificar-lo.
- *Presentació davant el Tribunal de seguiment*: Es fa una defensa en públic de la memòria intermèdia del TFG.
- *Presentació de la Memòria final del TFG (Memòria 3)*: Es lliura a final de curs i conté el contingut total del projecte.

- *Presentació i defensa davant el Tribunal Final*: L'estudiant fa una defensa en públic de la memòria final del TFG.

El supervisor/a de TFG del Grau proporciona anualment als estudiants una relació de temes que poden ser objecte d'un TFG i informa del professorat que pot ser-ne tutor. Així mateix, els estudiants poden presentar les seves pròpies propostes. Tots els estudiants han de presentar en els terminis establerts una *Fitxa de sol·licitud del TFG* on indiquen el projecte que volen desenvolupar. Així mateix, a modus orientatiu, els estudiants poden fer una proposta del tutor que els agradaria que fes el seguiment del seu projecte (tot i que el tutor assignat el decideix la Comissió de TFG).

Un cop valorades les fitxes de sol·licitud de TFG enviades pels estudiants, la Comissió de TFG decideix si la proposta de Treball Final de Grau és acceptada o desestimada. Es tenen en compte els criteris següents:

- Adequació a la titulació cursada per l'estudiant.
- Adequació al volum de treball que correspon a un Treball Final de Grau.
- Aspectes legals: confidencialitat/drets explotació.
- Disponibilitat de professor ponent per la proposta.

En cas de ser acceptada la proposta, el projecte s'adjudica a l'estudiant i se li assigna un professor tutor, que no ha de coincidir necessàriament amb l'indicat en la seva sol·licitud. En el cas que hi hagi més d'un estudiant interessat en un mateix tema i tutor, l'assignació es fa tenint en compte la nota mitjana de l'expedient acadèmic dels estudiants interessats.

En cas de ser desestimada la proposta, l'estudiant ha de presentar una nova fitxa de sol·licitud del TFG que es tornarà a valorar amb el mateix procediment.

Una vegada tancat el procés d'assignació es publica el llistat d'estudiants, amb el projecte assignat i el tutor corresponent. En cas que una vegada assignat un tema l'estudiant decideixi canviar-lo, ho pot fer, com a màxim, el dia 31 de gener del curs acadèmic en què hagi fet la matrícula, prèvia autorització per part de la Comissió de TFG. S'ha d'avisar del canvi de tema al supervisor del TFG perquè pugui fer-ne el seguiment adequat.

Els canvis de tutor, en cas que es doni aquesta circumstància, han d'estar autoritzats per la Comissió de TFG. És aquesta Comissió la que analitza cada cas específicament, contrastant la necessitat de canvi tant amb els estudiants com amb els tutors afectats.

En el cas de TFG compartits per dos estudiants (casos excepcionals) és obligatori que en la memòria 1 del TFG, on s'especifica la proposta, s'expliqui amb claredat des del principi l'abast del treball empíric previst (si es tracta d'un projecte de base científica) o quina part o parts del pla d'empresa es treballaran amb més profunditat (si es tracta d'un projecte emprenedor). Això s'ha de veure reflectit posteriorment a la memòria 3 final del TFG que es lliura a final de curs.

En el cas de TFG de dobles titulacions l'estudiant ha de cursar dos TFG de 14 ECTS cadascun que corresponen a cadascuna de les titulacions que configuren la doble. Això no obstant, podrà fer-ne un de sol i, en aquest cas, és obligatori que en la memòria 1 del TFG, on s'especifica la proposta, es justifiqui quines són les aportacions possibles i/o rellevància de la investigació a cadascun dels àmbits dels dos graus. Això s'ha de veure reflectit posteriorment a la memòria 3 final del TFG que es lliura a final de curs. També cal tenir en compte que el TFG resultant ha de significar un volum de feina i de dedicació de l'estudiant equivalents a les que caldria per a l'elaboració de dos TFG.

Satisfacció dels estudiants amb el TFG

Durant el curs 2016-17 es va realitzar per primera vegada una enquesta als estudiants per conèixer la seva satisfacció amb el desenvolupament del TFG i el suport rebut per part del tutor. L'enquesta és important per la rellevància que té a l'hora de l'assignació de tutories d'acord amb la *Normativa d'assignació Docent* a l'ESCSET, que preveu retirar el professorat tutor que no hagi aconseguit bons resultats en l'enquesta de satisfacció. Atès que l'enquesta es va aprovar i va posar en marxa molt tard, el

nombre d'estudiants que la van respondre va ser baix (15,33% de participació). Per a aquest any està previst establir els mecanismes que facin possible la resposta per part de tots els estudiants que actualment realitzen el TFG.

Tot i aquesta baixa participació, es mostren a continuació els resultats obtinguts:

Pregunta	Valoració mitjana (sobre 10)
1. Durant tot el curs ha estat fàcil posar-se en contacte amb el tutor/a	8,78
2. El tutor/a m'ha ajudat a planificar el meu TFG (elaborar el cronograma per facilitar l'evolució i seguiment de la feina)	8,48
3. El tutor/a m'ha dirigit metodològicament en el desenvolupament inicial del meu TFG (orientacions sobre recursos, recomanacions bibliogràfiques, formats dels lliuraments, etc).	8,39
4. El tutor/a m'ha donat suport a mesura que ha anat avançant en el meu TFG (orientacions sobre canvis, referències, millores del projecte...).	8,83
5. El rendiment de comptes durant el curso m'ha ajudat a complir millor la meva planificació en l'elaboració del TFG.	7,61
6. La rúbrica d'avaluació del TFG m'ha ajudat a concretar millor el que s'espera del meu TFG.	8,17
7. Estic satisfet/a amb la tasca del meu tutor/a.	8,65
8. Considero que la meua actitud cap el TFG ha estat proactiva i he intentat treure el màxim profit.	9,00

Les valoracions són molt altes i, per tant, satisfactòries encara que no es pugui extreure massa conclusions per la baixa participació.

Entre els aspectes que es va considerar que havien funcionat positivament, els estudiants coincideixen en la idoneïtat del funcionament establert mitjançant rúbriques d'avaluació i el fet de fer una avaluació contínua mitjançant l'establiment d'un tribunal intermedi d'avaluació a meitat de curs per poder obtenir *feedback* formatiu sobre l'evolució del seu projecte.

Tot i la baixa participació, es valora molt positivament haver posat en marxa aquesta enquesta i es considera que la formulació de les preguntes són força precises per poder valorar tant la satisfacció dels estudiants cap a la tasca dels tutors com dels processos de desenvolupament i avaluació del TFG.

[Veure evidències subestàndard 6.1](#)

6.2 Les activitats formatives, la metodologia docent i el sistema d'avaluació són adequats i pertinents per garantir l'assoliment dels resultats d'aprenentatge previstos.

La informació referent a les activitats formatives, les metodologies docents i els sistemes d'avaluació, està publicada i accessible per a tots els estudiants en els plans docents de cada assignatura.

6.2.1. Activitats formatives i metodologies docents

Les activitats formatives desenvolupades en cadascuna de les assignatures del Grau són les següents:

Sessions teòriques: Sessions presencials a les quals assisteixen tots els estudiants matriculats a l'assignatura. En aquestes sessions, el professor presenta els continguts, normalment amb el suport de presentacions multimèdia.

Seminaris: Format presencial en petits grups de treball (entre 15 i 30). Són sessions lligades a les sessions presencials de l'assignatura que permeten oferir una perspectiva pràctica de l'assignatura i en la qual la participació de l'estudiant és clau.

Treball en grup: Activitats de grup reduït a l'aula o fora de l'aula per a l'adquisició de competències genèriques i aprenentatge autònom. S'utilitza l'aprenentatge basat en problemes, jocs de rol, fòrums o debats.

Treball individual: Activitats autònomes de l'estudiant dedicades a la resolució d'exercicis, investigació i lectura crítica d'articles, recensions o comentaris de textos, redacció de memòries, portafolis, preparació de presentacions orals i estudi personal.

Tutories: Activitats individuals destinades a la supervisió del desenvolupament i progrés acadèmic, orientació professional futura i adquisició de competències transversals.

Durant les sessions teòriques i els seminaris (activitats que es duen a terme de manera presencial a l'aula), el professorat emprà diverses metodologies per tal d'afavorir el procés d'aprenentatge de l'estudiant:

- Classe magistral: Sessions de classe expositives basades en l'explicació del professor en què assisteixen tots els estudiants matriculats a l'assignatura
- Conferències: Sessions presencials o transmeses en streaming, tant a les aules de la universitat com en el marc d'una altra institució, en què un o diversos especialistes exposen les seves experiències o projectes davant els estudiants.
- Presentacions: Formats multimèdia que serveixen de suport a les classes presencials
- Càpsules de vídeo: Recurs en format vídeo, que inclou continguts o demostracions dels eixos temàtics de les assignatures.

El professor o professora també du a terme altres metodologies d'acompanyament a l'estudiant en el seu procés d'aprenentatge que tant poden dur-se a terme a l'aula com a fora (aprenentatge dirigit):

- Debats i fòrums: Converses presencials o online, segons els objectius que el professor responsable de l'assignatura persegueixi. Els debats tenen una data d'inici i fi i estan dinamitzats pel professor.
- Estudi de casos: Dinàmica que parteix de l'estudi d'un cas, que serveix per contextualitzar l'estudiant en una situació en concret. El professor pot proposar diferents activitats, tant a nivell individual com en grup, entre els seus estudiants
- Resolució d'exercicis i problemes: Activitat dedicada a la resolució d'exercicis pràctics a partir de les dades subministrades pel professor
- Recerca i lectura crítica d'articles. Els estudiants parteixen d'una hipòtesi de treball que desenvoluparan, seguint les fases de la metodologia d'investigació, entre les quals la lectura crítica d'articles.

Més enllà d'aquestes activitats formatives i metodologies docents, s'empren altres metodologies innovadores que ajuden a l'adquisició de coneixements i competències associats als resultats d'aprenentatge que es pretenen. A continuació se'n detallen algunes:

Assignatura "Disseny i execució d'una campanya de màrqueting".

Tal com ja s'ha explicat en l'anterior apartat 6.1., aquesta assignatura es cursa en el segon trimestre del tercer curs i en ella conflueixen els coneixements treballats i adquirits per l'estudiant en les assignatures prèvies de Fonaments de màrqueting i Comportament del consumidor de primer curs, de les quatre assignatures de segon curs vinculades a les anomenades 4P del Màrqueting: Producte, Preu, Distribució i Publicitat, i de l'assignatura de primer trimestre de tercer curs Pla de màrqueting. Amb aquests coneixements, els estudiants de l'assignatura "Disseny i execució d'una campanya de Màrqueting" els apliquen a un cas real. Abans de començar l'assignatura es realitza una selecció d'empreses que vulguin desenvolupar el llançament real d'un producte. En començar l'assignatura, els estudiants s'organitzen en grups i són assignats a cada un dels projectes. El professor combina sessions teòriques amb la funció de consultor per a cada un dels grups que, al llarg del trimestre, alternen l'aula i l'empresa per dur a terme una acció real aplicant els coneixements adquirits. L'èxit d'aquesta assignatura es veu reflectit tant en la satisfacció de les empreses com en la dels estudiants.

Assignatura "Administració d'empreses"

Es va desenvolupar una experiència d'innovació docent d'aprenentatge basat en projectes (ABP). Per a la realització del projecte es van aplicar dinàmiques i eines d'aprenentatge innovadores provinents del sector del disseny i en particular del Design Thinking. El plantejament inicial va consistir en empatitzar i

definir un repte mitjançant el PBL que fos del context dels estudiants, que els motivés a participar en les activitats, que els permetés aprendre i aplicar el contingut a un cas real. En aquesta ocasió el repte que es va proposar als estudiants va ser plantejar el disseny i implementació d'activitats per a la Jornada de portes obertes del Tecnocampus, amb la intenció final de presentar les millors propostes al departament de Màrqueting del TCM perquè es podessin dur a terme en la realitat.

Paral·lelament, es va utilitzar la metodologia de classe invertida (Flip the Class) que pretén canviar la naturalesa del que succeeix dins de l'aula fomentant la proactivitat de l'alumne, millorant el seu aprenentatge i fent més variat el model docent. En essència, es posen a la seva disposició una sèrie de continguts que han de ser treballats abans de la classe presencial corresponent i que són necessaris per a poder desenvolupar l'activitat corresponent durant la classe presencial (en el cas d'aquesta assignatura es va fer gravant "vídeos audiovisuals", amb format de vídeo de 3-8 minuts, que els alumnes havien de visionar amb anterioritat a la classe). Durant la classe i depenent del tipus de concepte, els alumnes fan un treball de reflexió individual per treure'n les conclusions més adients. De manera paral·lela o complementària es fa un treball per equips. El professor genera, a través de preguntes, elements de reflexió que ajudin a trobar les conclusions que s'esperen. Finalment, tot el treball d'anàlisi realitzat es formalitza en un document que en acabar la classe cada alumne puja a l'aula i que forma part del procés d'avaluació continuada de l'assignatura.

Una enquesta posterior realitzada als alumnes de l'assignatura apunta de manera clara i significativa la preferència de l'alumnat per aquesta metodologia docent, per sobre de les classes magistrals convencionals. Els estudiants van estar més proactius a l'aula, ja que per a poder discutir sobre el projecte era necessari fer un treball previ amb els materials que es penjaven i que després a classe els hi servia per posar en comú i consensuar. La necessitat de posar en comú i consensuar resultats feia necessari el diàleg, donant lloc a classes més dinàmiques. Un dels punts més valorats pels estudiants amb aquesta dinàmica de treball va ser la posada en pràctica dels continguts teòrics.

Altres activitats formatives

En el centre es desenvolupen altres activitats formatives que són transversals per a tots els Graus i obertes a tots els estudiants de Tecnocampus. Algunes ja han estat descrites anteriorment (activitats per al foment de la mobilitat, estades internacionals, etc.) i d'altres que vinculades o no a assignatures són igualment contemplades com a activitats obertes per a tots els estudiants:

Jornada de Màrqueting: Cada any se celebren a l'ESCSET Jornades especialitzades en cadascuna de les àrees disciplinàries del centre: Jornada de Logística (cinc edicions), Jornada de Turisme (OCITUR, sis edicions) i Jornada de Màrqueting (dues edicions).

La Jornada de Màrqueting del curs 2015-16 va titular-se *Les cares del Màrqueting* i tenia com a objectiu tractar de definir les fronteres del Màrqueting dins de la multidisciplinarietat que cada cop més es requereix dels professionals del Màrqueting. La Jornada va arrencar amb la presentació per part del coordinador del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals, el Dr. Àlex Araujo seguida d'una taula rodona en la qual hi van prendre part ponents de les empreses *InboundCycle*, *Link To Media* i *Tesubi*.

La Jornada de Màrqueting del curs 2016-17 va centrar-se en els perfils professionals del màrqueting. L'objectiu de la jornada va ser posar de relleu les múltiples sortides professionals d'aquesta disciplina i la diferència de rols i tasques que es desenvolupen en funció del tipus d'empresa. La Jornada va arrencar amb la presentació per part del coordinador del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals, el Dr. Àlex Araujo seguida de la presentació de l'estudi: *Marketing leaders profiles*, a càrrec del president del Club Marketing Barcelona, Lluís Torra. Tot seguit es va presentar el projecte del BCN MKT Hub per part de l'equip d'estudiants del Tecnocampus implicat en el projecte. A continuació va tenir lloc una taula rodona anomenada *Les PYME també fan màrqueting*, amb la participació de Hoko esport, Johan Cruyff institute, Miss Wood i NetRivals. Finalment es van dur a terme quatre xerrades per part d'estudiants i exestudiants al voltant de la seva experiència professional. L'espai amb el títol *Què fas un dia a la feina?* va comptar amb la participació d'Esteve Castells (estudiant de tercer treballant a Havas media), Caroline Standorv (estudiant de quart treballant a Google), i dues experiències emprenedores d'estudiants que han muntat la seva pròpia empresa de màrqueting: Beeyou i Dircom.

Visites i conferències: Visita al Centre Comercial Mataró Parc, com a part de les activitats de l'assignatura *Estratègies de Promoció i Publicitat*. Visita Saló BIZ Barcelona 2016 en el marc de l'assignatura *Emprenedoria*. Conferència *Los pecados capitales del emprendedor*, amb els estudiants dels Graus en AdE/Màrqueting i Màrqueting.

Cicle de Conferències d'Economia: vinculat a les assignatures optatives "Globalització i crisi" i "Temes actuals d'Economia". Es tracta d'un conjunt de 8 o 10 conferències que es duen a terme al llarg del primer i tercer trimestres i al qual poden assistir-hi tots els estudiants. El perfil dels conferenciantes és, en la seva majoria, acadèmics de reconegut prestigi en l'àmbit universitari català i internacional.

TEDx UPF Mataró: organitzat pels estudiants dels Graus d'AdE/Màrqueting i Màrqueting que formen part de la "Generacion Marketing" de Tecnocampus

Lliga de debat: Després de dues edicions de la Lliga de debat en Tecnocampus, els guanyadors de totes dues han estat equips d'estudiants del Grau de Màrqueting i CD.

Weekend Challenge: Es tracta d'un intens cap de setmana on joves universitaris del Tecnocampus comparteixen idees de negoci, formen equips, creen productes i adquireixen experiència emprenedora. En les dues últimes edicions l'equip guanyador ha comptat amb més d'un membre del Grau de Màrqueting i CD.

Hackathon: Una Hackathon és un esdeveniment creatiu i formatiu on es reuneixen estudiants de diferents àmbits de coneixement per abordar, conjuntament i organitzats en equips multidisciplinaris, un repte plantejat per l'organització. El curs 2016/2017 es va realitzar a Tecnocampus una Hackathon de mobilitat sostenible en la qual l'equip guanyador comptava amb un membre del Grau de Màrqueting i CD.

Barcelona Màrqueting HUB: El Club de Màrqueting de Barcelona compta amb més de 25.000 associats professionals de màrqueting i el 2017 ha iniciat un projecte nou amb el nom 'Barcelona Màrqueting HUB'. Aquest projecte liderat per estudiants de diferents universitats compta amb una àmplia representació d'estudiants del Grau en Màrqueting i Comunitats digitals.

Speed Dating: punt de trobada entre estudiants i docents dels tres centres universitaris de Tecnocampus (Escola Superior de Ciències de la Salut, Escola Politècnica i Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa) per trobar sinergies o concretar/definir el tema del TFG i, si escau, elaborar-lo conjuntament.

Cinefòrum: Ús del cinema comercial com a eina docent amb objectius educatius diversos per a algunes assignatures.

<http://aprenentatge.tecnocampus.cat/activitats-fora-laula-interes-real-per-aprendre/>

Col·laboració en esdeveniments: Si una cosa caracteritza els estudiants del Grau de Màrqueting i CD és la passió pel tema. Un bon exemple és que en la convocatòria de beques de col·laboració interna per participar en diferents accions de màrqueting per part de la universitat: Jornades de portes obertes, tallers amb instituts, jornades internes, etc ... aquest és el grau que més estudiants aporta, multiplicant per tres, fins i tot per quatre, els candidats d'altres estudis.

6.2.2. Sistemes d'avaluació

El sistema d'avaluació de totes les assignatures està format per dues o més activitats d'avaluació. A més a més, hi ha una aposta clara per potenciar l'aprenentatge actiu a través d'activitats de formació contínua. Aquestes activitats poden ser realitzades de manera individual o grupal establint, en el segon dels casos, els mecanismes necessaris per poder avaluar els resultats del conjunt del grup i de cadascun dels seus membres. Apuntar també que en cap cas el valor de l'examen supera el 70% del conjunt del sistema d'avaluació.

A continuació es detallen els diferents sistemes d'avaluació emprats en les assignatures:

Participació en les activitats plantejades dins de l'aula: Participació oportuna i que afegeixi valor als temes tractats. Consultes al professorat sobre guies i metodologies per al millor desenvolupament de les

sessions. Participació activa en debats, ja sigui en les classes presencials com a través del fòrum virtual. Elaboració i resolució de casos pràctics. Disseny i participació de sessions pràctiques.

Treballs individuals i / o en grup: L'avaluació dels exercicis, treballs individuals i / o en grup, presentació de projectes, etc. associats a l'avaluació contínua difereixen segons el tipus d'activitat. En els treballs es fa èmfasi en com es recull la informació, com es sintetitza, com es redacta, com s'exposa o es presenta en públic. En particular, una part central és l'adquisició de resultats d'aprenentatge com l'aplicació de coneixements a la pràctica mitjançant l'anàlisi de casos reals, simulacions i resolució de problemes. La mitjana de la ponderació dels treballs escrits és entre el 10% i el 30% de la nota final.

Exposicions: Per a l'avaluació de competències com l'expressió oral, la capacitat crítica i analítica, l'adaptació a situacions, i la correcta exposició d'idees i arguments. En les exposicions per equips, es té en compte la distribució equitativa dels temes a presentar entre els seus membres. En aquelles assignatures en què s'especifica el pes (ponderació) de les exposicions / presentacions orals, aquesta activitat sol tenir un valor entre el 10- 15% de la nota final.

Exàmens: es concentren en avaluar les sessions magistrals, seminaris, treballs o documents aportats per l'alumne i, en conseqüència, els coneixements específics adquirits, així com competències bàsiques vinculades a la capacitat crítica i d'anàlisi, l'expressió escrita, la resolució de problemes, la capacitat d'aprendre, etc .. Pràcticament totes les assignatures realitzen una ponderació entre el 30% -80% del total de la nota final.

Avaluació de les Pràctiques:

L'avaluació de les Pràctiques es basa en la valoració de les competències assolides per l'estudiant. Es tenen en compte tant les competències genèriques com les transversals i les específiques.

D'acord amb la Normativa de Pràctiques externes de la ESCSET, el tutor acadèmic avalua les pràctiques desenvolupades basant-se en el seguiment de les mateixes i tenint en compte:

- L'informe emès pel tutor de l'entitat (40% de la qualificació final), que avalua el desenvolupament de les pràctiques a través d'un formulari tancat. Aquest conté el nombre d'hores de pràctiques realitzades així com el seu horari i calendari, i valora aspectes com ara: capacitat tècnica, capacitat d'aprenentatge, administració de treballs, habilitats de comunicació oral i escrita, sentit de la responsabilitat, facilitat d'adaptació, creativitat, implicació personal, motivació, receptivitat a les crítiques, puntualitat, relacions amb el seu entorn laboral, esperit d'equip, i altres aspectes que es considerin oportuns.

- La memòria de pràctiques elaborada per l'estudiant (30% de la qualificació final) que s'avalua a través d'una rúbrica en la qual figuren els següents elements:

- Nom de l'empresa o entitat i lligar d'ubicació
- Breu descripció de l'empresa o entitat, activitat, mesura i importància en el sector
- Departament / s de l'empresa en què hagi estat assignat
- Descripció concreta i detallada dels treballs desenvolupats
- Relació de les tasques desenvolupades amb els coneixements adquirits en els seus estudis
- Identificació de les aportacions que, en matèria d'aprenentatge, han suposat les pràctiques
- Anàlisi de les característiques i perfil professional del lloc o llocs que hagi ocupat
- Suggestiments de millora
- Assistència i seguiment del desenvolupament de les pràctiques a través de tutories (presencials o virtuals) 20% i sessions d'orientació (10% de la qualificació final)

Durant el curs 2016-17, 41 estudiants del Grau de Màrqueting i Comunitats digitals tenien la matèria matriculada. D'aquests, 39 van superar-la. 7 d'ells van obtenir una qualificació d'Excel·lent, 31 van superar de manera Notable la matèria i només un va fer-ho amb un Aprovat. Els dos que no van superar-la directament no van realitzar les pràctiques i no es van presentar a qualificació.

Avaluació del Treball final de Grau (TFG):

Les normes d'avaluació del TFG venen determinades en el Pla Docent de la matèria. En qualsevol cas, és obligatori que el TFG contingui part del contingut en llengua anglesa (com a mínim el resum inicial i conclusions). Així mateix, és obligatori que l'estudiant faci servir aquesta llengua en l'exposició oral davant del Tribunal d'avaluació final, ja sigui en part o en la seva totalitat.

La qualificació final del TFG s'obté a partir de tres avaluacions:

- Avaluació del tutor o tutora (30% de la nota final)
- Avaluació del Tribunal de Seguiment (20% de la nota final)
- Avaluació del Tribunal Final (50% de la nota final)

a) Avaluació del tutor o tutora. Té en compte els següents elements:

- Assistència i participació en les sessions metodològiques prèvies
- Participació en les sessions de tutoria (presencials o virtuals).
- Compliment del pla de treball i temporalització.
- Memòria escrita: justificació, forma (Índex, paginació, redacció, fonts d'investigació i bibliografia), hipòtesi formulades, fonaments teòrics, creativitat i innovació, metodologia i treball de camp, bases documentals, validesa i rellevància dels resultats i conclusions.

b) Avaluació del Tribunal de Seguiment

Aproximadament en la meitat del període en què l'estudiant realitza el seu TFG, ha de presentar davant d'un tribunal de seguiment els avenços realitzats en el seu desenvolupament. El Tribunal de Seguiment està format per dos professors o professores que són, al seu torn, tutors o tutores d'altres TFG.

c) Avaluació del Tribunal Final. Està format per tres persones:

- Els dos tutors que han format del tribunal de seguiment i que poden comprovar com ha evolucionat el projecte des de la presentació de la memòria intermèdia.
- Un acadèmic o professional extern

Per unificar criteris en el seguiment i avaluació dels diferents projectes de TFG, s'estableix un sistema de rúbriques (per a cada memòria presentada i per a cada tribunal) en el qual s'estandarditzen tota una sèrie d'ítems que permeten avaluar tots els projectes de forma objectiva i consistent. Les rúbriques són útils perquè mostren als estudiants els diferents nivells d'assoliment que poden aconseguir, proporcionant els aspectes que han de complir per obtenir nivells alts de qualificació. A més, atès que aquestes rúbriques estan disponibles per als alumnes, això possibilita que ells puguin avaluar els seus propis avanços en el seu projecte de TFG. Així doncs, les rúbriques no només serveixen com a elements d'avaluació final sinó que ajuden a l'estudiant a aprendre més i a millorar els seus productes finals amb base a una autoavaluació. Així mateix, quan el tutor i/o el tribunal registren els resultats d'aprenentatge en la rúbrica, l'alumne sap què va fer bé i sobre què ha de treballar per millorar el projecte en cada estadi.

En el cas de TFG compartits per 2 estudiants:

- Els dos estudiants han de penjar individualment les memòries a l'aula virtual.
- El tutor avalua les diferents memòries mitjançant els informes de tutoria trimestrals on s'utilitza la rúbrica d'avaluació prevista a l'aula virtual. En aquest cas, el tutor ha de posar la nota de cada memòria per separat a cada estudiant i pot posar notes diferents segons la valoració sobre el seguiment de cada estudiant.
- En el cas de la presentació pública davant dels tribunals, cada estudiant haurà de preparar la seva pròpia presentació i presentar per separat, davant del mateix tribunal

En el cas de TFG de dobles titulacions:

- Els estudiants reflecteixen en la memòria 1 i en la memòria final del TFG quines són les aportacions i/o rellevància de la investigació a cadascun dels àmbits dels dos graus.

Les notes del TFG es penjen per separat a cadascuna de les aules virtuals del TFG de cadascun dels Graus. Donat que és OBLIGATORI que les aportacions, els continguts i les parts a avaluar per cada grau estiguin perfectament diferenciades dintre del TFG, la nota final del TFG pot ser diferent per a cada Grau si es considera que s'han fet més o menys aplicacions d'un Grau o de l'altre.

En global, dels estudiants del grau en Màrqueting i Comunitats Digitals que van presentar el TFG, el 93% el van aprovar amb una nota mitjana de 6.6 (on un 37% va obtenir una qualificació de Notable o Excel·lent); mentre que un 7% dels estudiants el van suspendre amb una mitjana de 3,9.

Anualment, un cop presentats i avaluats els TFG, la supervisora de TFG del Grau en fa una valoració en base a uns indicadors de qualitat amb l'objectiu de millorar, si escau, els aspectes que hagin pogut sortir poc satisfactoris. Pel que fa al curs 2016-17 en els estudis de Màrqueting i CD, els indicadors, resultats i les anàlisis que se'n fa són els següents:

Indicador	Resultat	Anàlisi
Nota mitjana obtinguda en l'avaluació del tribunal de seguiment i del tribunal final de TFG	Un 70% dels projectes van millorar la nota en el tribunal final respecte del tribunal de seguiment	La finalitat de l'indicador és comprovar si el fet de realitzar una valoració intermèdia de l'evolució del projecte i el feedback obtingut suposava una millora de la nota obtinguda en el TFG. El resultat obtingut és molt satisfactori
Enquesta als estudiants un cop presentat el TFG (d'1 (molt desacord) a 10 (molt d'acord))		
La rendició de comptes durant el curs m'ha ajudat a complir millor la meua planificació en l'elaboració del TFG	7,5	Els estudiants valoren de forma bastant positiva una avaluació contínua i acumulativa al llarg de la realització del TFG
La rúbrica d'elaboració del TFG m'ha ajudat a concretar millor el que s'espera del meu TFG	7,2	Els estudiants valoren de forma bastant positiva la utilització de rúbriques per millorar el contingut del seu TFG
El tutor/a m'ha donat suport a mesura que avançava el meu TFG (orientacions sobre canvis, referències, millores del projecte, etc.	8	La funció d'assessorament i seguiment per part del tutor es valora de forma molt positiva per aconseguir una bona qualitat del TFG
Aspectes que destaquen els estudiants:		
<ul style="list-style-type: none"> - "la utilitat de la primera exposició davant el tribunal ajuda a perdre la por" - "haver d'efectuar diversos lliuraments afavoreix molt el marge de correcció de l'alumne per poder perfeccionar el treball" - "l'haver de realitzar tres memòries i defensar les memòries 2 i 3 davant de tribunal ajuda a perfeccionar el resultat final" - "idoneïtat del funcionament establert mitjançant rúbriques" 		

6.2.3. Satisfacció dels estudiants (per assignatura)

L'avaluació global del Grau que en fan els estudiants es troba proper al set. La satisfacció per assignatures i cursos es va establint independentment de la promoció. Cal destacar que les accions preses per garantir que el professorat assignat a primer curs sigui el millor valorat es veu reflectit en els resultats. En la taula següent es mostra la valoració que fan els estudiants en les diferents assignatures indicant el curs de cadascuna:

Assignatures	Curs	Satisfacció global	Participació
5001 - Administració d'empreses	1	8,84	62.5 %
5002 - Fonaments de Màrqueting	1	5,25	66.7 %
5003 - Eines TIC per a treballar en la xarxa	1	9,11	61.2 %
5004 - Fonaments de dret	1	5,38	38.8 %
5005 - Fonaments d'estadística	1	8,65	35.4 %
5006 - Introducció a les comunitats digitals	1	5,02	33.8 %
5009 - Gestió de plataformes digitals	1	8,63	31.6 %
5010 - Comportament del consumidor	1	6,72	32.9 %
5011 - Mètriques aplicades al Màrqueting	1	5,73	29.5 %
5020 - Relacions interpersonalment en l'empresa	1	7,09	36.7 %

5049 - Llengua estrangera I	1	7,96	55.0 %
Satisfacció mitjana primer curs		7,13	
5012 - Disseny de producte i gestió de marca	2	4,88	33.3 %
5013 - Investigació de mercats	2	7,10	34.8 %
5014 - Xarxes socials	2	9,19	39.3 %
5015 - Gestió de la propietat intel.lectual	2	7,98	37.1 %
5017 - Definició de preu i proposta de valor	2	7,00	34.8 %
5018 - Introducció a la comptabilitat	2	6,66	39.2 %
5050 - Llengua estrangera II	2	7,78	32.8 %
5037 - Màrqueting de continguts	2	4,73	35.0 %
5021 - Distribució, logística i relació amb els canals	2	7,96	26.4 %
5022 - Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials	2	2,74	30.9 %
5023 - Estratègies de Publicitat i Promoció	2	9,67	35.2 %
5024 - Innovació i desenvolupament en una economia global	2	5,83	34.3 %
Satisfacció mitjana segon curs		6,79	
5025 - Comunicació 2.0	3	4,65	39.2 %
5026 - Gestió financera per al màrqueting	3	6,08	32.0 %
5027 - Estratègies avançades en xarxes socials	3	4,37	32.7 %
5028 - Reputació on line i identitat digital	3	3,75	39.6 %
5029 - Disseny i execució d'una campanya de màrqueting	3	9,24	36.6 %
5030 - Estratègia i gestió de vendes	3	4,88	58.5 %
5031 - Màrqueting Institucional	3	6,13	19.0 %
5032 - Mitjans digitals i audiències	3	8,20	16.4 %
5033 - Emprenedoria i gestió d'equips	3	2,00	20.8 %
5019 - Màrqueting social i d'esdeveniments	3	6,96	37.8 %
Satisfacció mitjana tercer curs		5,62	
5034 - Implicacions econòmiques i socials en les xarxes socials	4	6,96	28.6 %
5035 - Elaboració de projectes	4	3,03	21.7 %
5052 - Disseny i gestió de la innovació	4	6,00	11.6 %
5043 - Video Màrqueting	OPT	2,50	21.0 %
5044 - Certificació Google Analytics	OPT	8,20	15.6 %
5054 - Disseny gràfic i retoc fotogràfic	OPT	9,17	29.2 %
5055 - Branded Content	OPT	6,94	11.1 %
5056 - Màrqueting sensorial	OPT	7,25	22.2 %
5057 - Mobile màrqueting	OPT	6,57	22.2 %
Satisfacció mitjana quart curs i optatives		6,29	

Taula Resum

	Nombre	%
Assignatures valorades amb qualificació igual o superior a 8	10	22,22%
Assignatures valorades amb qualificació entre 7 i 8	9	20,00%
Assignatures valorades amb qualificació entre 5 i 7	16	35,56%
Assignatures valorades amb qualificació entre 4 i 5	5	11,11%
Assignatures valorades amb qualificació menor de 4	5	11,11%

Valoració Satisfacció

- El major nivell de satisfacció entre els estudiants es dona entre els de primer curs, amb una valoració mitjana de 7,13; baixa prop de mig punt a segon curs (6,79) i assoleix la valoració més baixa a tercer curs, amb una satisfacció mitjana valorada amb un 5,62 (més d'un punt inferior al curs anterior). En el tercer curs es dona la valoració més baixa dels estudis en l'assignatura d'Emprenedoria i Gestió d'Equips, que els estudiants valoren només amb un 2. En la franja alta, destaca la valoració d'un 9,67 que els estudiants atorguen a l'assignatura Estratègies de Publicitat i Promoció.
- Gairebé un 43% d'assignatures són valorades amb una qualificació superior o igual a 7, però en gairebé el 23% els estudiants atorguen una qualificació inferior a 5, i en 5 assignatures la

qualificació és menor de 4. En aquest sentit, des de la direcció del centre ja s'han pres mesures per tal de millorar la percepció dels estudiants envers d'aquestes assignatures, ja sigui canviant el professor/a, eliminant-la de l'oferta (en el cas de l'optativa *Vídeo Màrqueting*) o canviant-ne l'orientació i metodologia docent, com es el cas de l'assignatura *Elaboració de Projectes*.

Veure evidències subestàndard 6.2

6.3. Els valors dels indicadors acadèmics són adequats per a les característiques de la titulació.

6.3.1. Taxa de Rendiment

La taula següent mostra les dades evolutives del rendiment acadèmic global i de primer curs:

TAXA DE RENDIMENT GLOBAL					
Estudis	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17
Màrqueting i CD	93,09%	89,18%	87,56%	89,54%	90,39%
AdE i GI / Màrqueting i CD		84,95%	87,22%	88,48%	89,49%
TAXA DE RENDIMENT A PRIMER CURS					
Estudis	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17
Màrqueting i CD	93,09%	85,37%	82,90%	83,29%	86,97%
AdE i GI / Màrqueting i CD		86,22%	84,84%	85,74%	86,77%

A enllaç tenim els rendiments per assignatures.

Valoracions Rendiments

Màrqueting i CD	Els resultats són molt satisfactoris, tant els de primer curs com globals. La taxa de rendiment a primer curs és gairebé del 87%. A partir de segon aquests bons resultats es reafirmen i és així que la taxa de rendiment global és la més alta de l'Escola, superior al 90%. Destaca que no hi ha assignatures amb rendiments inferiors al 60%.
AdE/ Màrqueting	La taxa de rendiment a primer curs és gairebé la mateixa que en el Grau. Aquesta taxa ha crescut gairebé 4 punts percentuals d'un any a l'altre, la qual cosa és molt satisfactòria. També la taxa de rendiment global és molt semblant al Grau i, igualment com en el rendiment a primer curs, superior a la del curs passat. Tampoc no hi ha assignatures amb rendiments inferiors al 60%.

6.3.2. Taxa d'abandonament

Les següents taules recullen els resultats dels abandonaments del curs 2016-17, totals i per modalitat:

Estudi	Total matriculats 2016-17 menys titulats	Abandonament sobre total matriculats menys titulats	
		N	%
Màrqueting i CD	246	20	8,13%
AdE i GI/Màrqueting i CD	265	23	8,68%
Totals	511	43	8,41%

Estudi	Total matriculats 2016-17	Abandonament sobre totals matriculats menys titulats	Desglossament	Abandonament normatiu		Abandonament voluntari	
				Règim de permanència a 1r curs (%) respecte cohort d'accés	Esgotament convocatòries (respecte totals)	Abandonament per trasllats (*) (respecte totals)	Abandonament resta (respecte totals)

	Totals menys titulats	Nou accés	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Màrqueting i CD	246	71	20	8,13%	1	1,41%	3	1,22%	1	0,41%	15	6,10%
AdE/Màrqueting	265	62	23	8,68%	2	3,23%	0	-	1	0,38%	20	7,55%
Totals	511	133	43	8,41%	3	2,26%	3	0,59%	2	0,39%	35	6,85%

Abandonaments a primer curs

Dels 20 estudiants que han abandonat els estudis d'un curs a l'altre en el Grau de Màrqueting i CD, 5 eren de primer curs. D'aquests, un els ha abandonat per no superar el règim de permanència i quatre per altres causes. Això significa un 7,04% d'abandonaments a primer curs

En el cas de la doble titulació AdE/Màrqueting, van abandonar els estudis a primer curs un total de 4 estudiants, dels quals dos no van superar el règim de permanència i dos els van deixar voluntàriament. Així doncs, els abandonaments a primer curs en aquesta doble titulació representen el 6,67%.

Dades evolutives

La següent taula mostra els percentatges d'abandonaments curs a curs segons tipologia:

Dades evolutives d'abandonaments curs a curs (percentatges sobre totals)			
		Màrqueting i CD	AdE/Màrqueting
Curs 2012-13	Normatius	2,66%	-
	Altres	5,34%	-
	Totals	8,00%	-
Curs 2013-14	Normatius	2,25%	3,33%
	Altres	7,52%	1,67%
	Totals	9,77%	5%
Curs 2014-15	Normatius	2,82%	2,45%
	Altres	8,45%	7,31%
	Totals	11,27%	9,76%
Curs 2015-16	Normatius	2,68%	1,69%
	Altres	5,80%	8,47%
	Totals	8,48%	10,17%
Curs 2016-17	Normatius	1,63%	0,75%
	Altres	6,50%	7,92%
	Totals	8,13%	8,68%

Abandonaments per cohort

És important considerar la taxa d'abandonament des del punt de vista de la cohort (any d'inici dels estudis), dels estudiants que s'haurien de graduar en T i en T+1 (T duració teòrica de l'estudi) i no ho han fet, i no s'han matriculat en aquests anys. En aquests moments només podem apuntar que, pel que fa al Grau de Màrqueting i CD, l'abandonament per a la cohort del curs 2012-13 és d'un 11,84%.

Valoracions Abandonaments

Màrqueting i CD

Només un 8,13% del total d'estudiants matriculats han deixat els estudis d'un curs a l'altre, una xifra més baixa que la de curs passat. És de destacar que només 1 dels 71 estudiants que van començar els estudis el curs passat no van superar el règim de permanència (un 1,41%). També cal remarcar que només 15 dels 246 estudiants que podien matricular-se aquest curs no ho han fet, es a dir, els abandonaments voluntaris representen poc més del 6%, una xifra que es considera molt satisfactòria. Pel que fa a la taxa d'abandonaments per cohort d'accés, els resultats també es valoren molt positivament, atès que en la Memòria de verificació es preveia un abandonament del 20% (xifra que se sol donar en altres titulacions del centre), mentre que per a la cohort 2012-13, els abandonaments han estat de només l'11,84%.

AdE/
Màrqueting

Només 23 estudiants dels 265 possibles han abandonat els estudis, un 8,68%, percentatge més baix que el del curs passat que era superior al 10%. A destacar que només 2 dels 62 estudiants que van iniciar els estudis van haver de deixar-los per no complir el règim de permanència. Els abandonaments voluntaris són gairebé del 7,5%, xifra superior a la que es dona en el Grau de Màrqueting però igualment satisfactòria.

6.3.3 Satisfacció dels estudiants de primer curs

Atès que en tots els centres universitaris de l'Estat és en el primer curs on es produeixen més abandonaments (sobretot per l'aplicació del règim de permanència en el nostre cas) i que la tendència és creixent en els últims cursos, és convenient distingir els resultats de satisfacció dels estudiants d'aquest primer curs per avaluar la tendència i analitzar si els abandonaments guarden relació amb el nivell de satisfacció respecte la titulació escollida. Els resultats del curs 2016-17 per als estudiants de primer curs són els que es mostren a continuació (participació mitjana de prop del 40% en el Grau i de gairebé un 37% en la doble titulació):

Satisfacció estudiants de primer curs (2016-17)									
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9
Màrqueting i CD	7,66	7,04	7,93	8,18	7,59	7,40	6,98	6,53	7,11
Doble Ade+MK	7,87	7,35	8,07	8,15	7,91	7,59	7,60	6,75	7,25

Es constata un alt nivell de satisfacció, amb valoracions superiors a 7 en totes les preguntes (situació que ja es posava de manifest en les valoracions per assignatures analitzades en l'anterior apartat). En la pregunta 9, sobre la satisfacció global, les valoracions són de 7,11 en el Grau de Màrqueting i CD i de 7,25 en la doble titulació. Segurament aquests bon resultats tenen a veure amb el baix nivell d'abandonaments.

6.3.4. Indicadors de Graduació

6.3.4.1. Taxa d'eficiència, durada mitjana i nota mitjana

Les taules següents mostren els resultats d'aquests indicadors per a les promocions 2015-16 i 2016-17:

Màrqueting i CD: indicadors de graduació				
Promoció	Graduats	Eficiència	Mitjana cursos matriculats	Nota Mitjana
2015-16	45	97,61%	3,98	6,57
2016-17	36	96,31%	4,19	6,28

Màrqueting i CD: nombre d'anys per obtenir el títol							
Promoció	3	4	5	6	7	8	Total
2015-16	-	45	-	-	-	-	45
2016-17	-	28	8	-	-	-	36

Els resultats són molt satisfactoris. La taxa d'eficiència en la Memòria de verificació es preveia d'un 90%, més de 6 punts per sota dels resultats reals obtinguts.

6.3.4.2. Taxa de Graduació

S'entén per Taxa de Graduació al total de graduats/des, en relació a una cohort d'accés, que finalitzen els seus estudis en el temps previst o en un any més (T o T+1). Es calcula per cohort d'accés i no d'acabament a diferència de les taxes de rendiment i eficiència.

Per a la titulació de Màrqueting i CD, per a la cohort d'accés del curs 2012-13 aquest valor és d'un 71,01%. A destacar també que dels 75 estudiants que van començar els estudis el curs 2012-12, 45 es van graduar en 4 anys, és a dir, una taxa de graduació en T d'un 60%.

Cal tenir present que la comissió avaluadora en el procés de verificació del títol, indicava que la taxa de graduació d'un 60% prevista en la Memòria era relativament baixa, i que el centre hauria de fer un seguiment d'aquesta xifra per tal de millorar-la. El resultat d'un 71,01% es, doncs, molt satisfactori, superior al previst i superior als valors que s'obtenen en les altres titulacions del centre.

Veure evidències subestàndard 6.3

6.4. Els valors dels indicadors d'inserció laboral són adequats per a les característiques de la titulació.

6.4.1. Indicadors d'Inserció Laboral

Al tenir només dues promocions del Grau de Màrqueting, no s'ha pogut fer encara cap estudi d'inserció laboral amb prou perspectiva en el temps ni tampoc són comparables les dades d'inserció laboral entre graduats en Màrqueting al tractar-se d'una titulació nova en el sistema universitari. Per aquest mateix motiu, no s'ha pogut participar encara en l'enquesta d'inserció laboral d'AQU, en la qual si que participa l'Escola amb les altres titulacions. Això no obstant, a l'ESCSET, en el moment de tramitar el títol, es demana als graduats i graduades que responguin una enquesta en la qual es pregunta sobre la seva situació laboral i sobre la seva satisfacció (de 0 a 10) amb els estudis cursats. Els resultats de l'enquesta pel que fa a les dues promocions del Grau de Màrqueting i CD són els següents:

Inserció laboral Graduats Màrqueting i CD (moment de tramitar el títol)	2015-16	2016-17
Participació	42%	50%
% d'estudiants que treballen	79%	78%
% d'estudiants amb contracte fix (respecte els estudiants que treballen)	60%	43%
% d'estudiants que a la feina fan funcions universitàries pròpies de la seva titulació (respecte els estudiants que treballen)	53%	71,4%

Sens dubte, es tracta d'uns bons resultats, atès que el 79% dels graduats de la promoció 2015-16 i el 78% de la promoció 2016-17 ja treballaven en el moment de tramitar el títol. D'altra banda, ja que no s'ha pogut participar en l'enquesta d'AQU, el centre es demana sobre la inserció laboral dels graduats que van acabar els estudis el 2015-16, és a dir, un any i mig després d'haver-se graduat. És per això que s'ha decidit fer una enquesta telefònica amb la intenció d'arribar a més graduats i graduades de les dues promocions. L'enquesta s'ha realitzat durant les dues primeres setmanes del mes d'octubre del 2017 i els resultats són els següents:

Inserció laboral Graduats Màrqueting i CD (enquesta octubre 2017)	2015-16	2016-17
Participació	69%	72,22%
% d'estudiants que treballen	97,5%	85%
% d'estudiants que treballen en l'empresa on han fet Pràctiques	22,5%	42%
Tipus d'empresa:		
Petita	37,5%	61%
Mitjana	22,5%	22%
Gran	40,0%	2%
Tipus de contracte:		
Contracte fix	55,0%	31%
Contracte temporal	27,5%	22%
Becaris	15,0%	6%
Autònoms per compte propi	2,5%	17%
Autònoms per compte aliè	0,0%	0%
NS / NC	0,0%	9%
% d'estudiants que a la feina fan funcions universitàries pròpies de la seva titulació	72,5%	70%

Valoració Inserció Laboral

Tenint en compte només els resultats obtinguts en aquesta última enquesta, es constata que de la promoció 2016-17, 22 dels 26 estudiants que van respondre l'enquesta ja estan treballant i, d'aquests, 7 ho feien amb contracte fix. Destaca que 9 dels 22 graduats treballen en l'empresa on han fet Practiques durant els seus estudis. Finalment, també és destacable que 15 dels 22 fan feines de nivell universitari i pròpies de la titulació.

Pel que fa a la promoció 2015-16, es de remarcar que el 97,5% dels estudiants treballen i que el 72,5% ho fan en feines pròpies de la titulació. També és destacable que el 40% treballen en empreses grans i el 55% amb contracte fix.

Els resultats són, doncs, satisfactoris.

6.4.2. Satisfacció dels Graduats i Graduades

Pel que fa a la satisfacció dels graduats i graduades, només es disposa de les dades obtingudes en l'enquesta que responen en el moment de tramitar el títol i són les següents:

Satisfacció Graduats Màrqueting i CD	2015-16	2016-17
Participació	42%	50%
Els estudis realitzats han satisfet o superat les expectatives que tenia en iniciar-los	6,6	5,7
Els coneixements teòrics adquirits durant la carrera els trobo adequats	6,1	5,3
Els coneixements pràctics adquirits durant la carrera els trobo adequats	6,2	6,3
La qualitat del professorat que he tingut és adequada	6,8	6,3
Els espais i recursos materials de l'escola han estat adequats	7,1	6,5
% d'estudiants que triarien els mateixos estudis	68%	61%
% d'estudiants que triarien el TecnoCampus	58%	72%

Valoració Satisfacció graduats i graduades

Els resultats són satisfactoris el curs 2015-16 i no tant satisfactoris el curs 2016-17, en el qual els titulats valoren per sota tots els ítems demanats. En ambdós cursos, els aspectes més valorats són els coneixements pràctics adquirits i els recursos (espais i equipaments) del centre.

Pel que fa a l'elecció dels mateixos estudis, els percentatges són del 68% el curs 2015-16 (13 estudiants dels 19 que han respost l'enquesta) i del 61% el curs 2016-17 (11 dels 18 que van respondre l'enquesta). Val a dir, però, que la majoria dels que triarien els mateixos estudis, els tornarien a cursar a Tecnocampus (11 dels 19 el curs 2015-16 i 13 el curs 2016-17).

Es considera que cal establir mecanismes per tal que sigui un nombre superior els titulats que responen l'enquesta quan venen a tramitar el títol.

Veure evidències subestàndard 6.4

4. VALORACIÓ I PROPOSTA DEL PLA DE MILLORA

El Pla de millores s'ordena a partir dels resultats de les valoracions dels 6 Estàndards en què s'estructura l'Informe de Seguiment. Cada millora proposada s'explica a partir d'un diagnòstic, es defineixen uns objectius i unes accions a realitzar i s'estableixen uns indicadors que serveixen per valorar el grau d'assoliment dels objectius. A més a més, s'indica el responsable o responsables d'executar les accions, l'estat d'execució en el moment de redactar-les i el termini temporal d'execució. Alguns dels aspectes valorats afecten en particular a la titulació de Màrqueting i Comunitats Digitals i d'altres al global del centre, és per això que també s'inclou l'abast de la mesura, si té caràcter general o afecta només a la titulació. Finalment, s'indica si les accions de millora a emprendre impliquen modificacions en Plans d'Estudis.

Els Estàndards a considerar són els següents:

- Estàndard 2: Pertinença de la informació pública
- Estàndard 3: Eficàcia del sistema de garantia interna de la qualitat
- Estàndard 4: Adequació del professorat al programa formatiu
- Estàndard 5: Eficàcia dels sistemes de suport a l'aprenentatge
- Estàndard 6. Qualitat dels resultats dels programes formatius

Estàndard 2: Pertinença de la informació pública		
Millora	Estat	Termini
E.2.1_ESCSET Pàgina Web	En curs (50%)	Curs 2016-17
E.2.2_ESCSET Gestió de plans docents de les assignatures	En curs (30%)	Curs 2016-17

Codi	E.2.1_ESCSET Pàgina Web
Diagnòstic	La web de Tecnocampus ha millorat significativament, incloent elements audiovisuals que conviden l'usuari a interactuar. No obstant, cal encara intensificar aquest tipus d'elements en alguns apartats. També caldria donar visibilitat a les activitats d'Emprenedoria i dels seus resultats, a les empreses/entitats col·laboradores i als indicadors de Pràctiques i Inserció Laboral.
Objectius	<ul style="list-style-type: none"> - Aconseguir que la web transmeti l'ànima de cada titulació. - Destacar els alts índex d'inserció laboral i la possibilitat de fer Pràctiques
Acció	<ul style="list-style-type: none"> - Introduir més material audiovisual a la web - Posar èmfasi en els elements singulars i distintius del centre (Pràctiques, Inserció laboral i Emprenedoria)

Indicadors o fites	<ul style="list-style-type: none"> - Nombre de recursos audiovisuals incorporats a les pàgines de cada titulació (p.ex. imatges i testimonis del grau que transmetin les propostes diferencials de la titulació). - Augment de visites a la web de les titulacions de l'ESCSET. - Nombre d'empreses destacades que col·laboren amb l'ESCSE i incorporades a la web 			
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> - Directora Servei de Màrqueting i Comunicació del Tecnocampus - Coordinador/a de cada titulació 			
Abast: Totes les titulacions	Prioritat: Alta	Termini Curs 2017-18	Estat de la proposta: En curs (50% assoliment)	Implica modificació pla d'estudis: No
Codi	E.2.2_ESCSET Gestió de plans docents de les assignatures			
Diagnòstic	L'actualització dels plans docents és una tasca que el coordinador/a de la titulació treballa i coordina amb cada professor de les assignatures de la titulació. Les tasques per al disseny d'un aplicatiu que permeti aquesta actualització ja estan molt avançades per part dels coordinadors/es de titulacions que s'espera poder culminar a finals del curs 2017-18. Resta, però, acabar de polir alguns problemes de disseny i funcionalitats			
Objectius	<ul style="list-style-type: none"> - Facilitar la gestió de les actualitzacions dels plans docents de les assignatures, curs a curs. - Assegurar que els camps fixos del pla docent –els que es corresponen amb la memòria de verificació- no es vegin modificats. 			
Accions	- Acabar de polir alguns problemes de disseny i funcionalitats en l'aplicatiu per a la gestió dels Plans Docents.			
Indicadors o fites	- Posta en marxa definitiva de l'aplicatiu per a la gestió dels Plans Docents			
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinador/a de la titulació - Responsable de l'SQAI - Responsable Servei d'informàtica Tecnocampus 			
Abast: Totes les titulacions	Prioritat: Alta	Termini Curs 2016-17	Estat de la proposta: En curs (50% d'assoliment)	Implica modificació pla d'estudis: No

Estàndard 3: Eficàcia del sistema de garantia interna de la qualitat		
Millora	Estat	Termini
E.3.1. Revisió del SGIQ	En curs (90%)	Curs 2017-18
Codi	E.3.1_ESCSET Revisió del SGIQ	
Diagnòstic	Es disposa d'un SGIQ que es revisa anualment però es constata una escassa intervenció dels responsables dels processos en la seva revisió.	
Objectius	- Disposar d'un SGIQ actualitzat a partir de les aportacions dels responsables dels processos.	

Accions	<ul style="list-style-type: none"> - Dur a terme la revisió del pla de millora del SGIQ del curs 16/17 a partir de les aportacions dels responsables dels processos - Aprovar el pla de millora del SGIQ del curs 17/18 on els responsables dels processos tinguin un rol fonamental 			
Indicadors o fites	<ul style="list-style-type: none"> - Document del pla de millora del SGIQ pel curs 17/18 aprovat per la comissió de qualitat - Document de revisió del pla de millora del SGIQ del curs 16/17 aprovat per la comissió de qualitat 			
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> - Directora de l'ESCSET - Comissió de Qualitat de l'ESCSET - Responsable de qualitat de Tecnocampus 			
Abast: Totes les titulacions	Prioritat: Alta	Termini: Curs 2017-18	Estat de la proposta: En curs (90%)	Implica modificació pla d'estudis: No implica

Estàndard 4: Adequació del professorat al programa formatiu		
Millora	Estat	Termini
E.4.1_ ESCSET Professorat doctor acreditat	En curs (30%)	Curs 2017-18
E.4.2_ ESCSET Professorat amb dedicació permanent	En curs (30%)	Curs 2017-18
E.4.3_ ESCSET Desenvolupament de la Recerca	En curs (70%)	Curs 2017-18
E.4.4_ ESCSET Avaluació i incentius del professorat i del PAS	En curs (70%)	Curs 2016-17
E.4.5_ ESCSET Impuls a la innovació docent	En curs (60%)	Curs 2016-17

Codi	E.4.1_ ESCSET Professorat doctor acreditat
Diagnòstic	Malgrat assolir el percentatge de professorat doctor que exigeix la legislació vigent, encara no s'assoleix el percentatge necessari de professorat doctor acreditat
Objectiu	Aconseguir que el 30% dels crèdits del Grau siguin impartits per professorat doctor acreditat
Acció	<ul style="list-style-type: none"> - Exigir l'acreditació o estar en procés d'obtenir-la per accedir a les places de professorat. - Facilitar l'exercici de la Recerca per part del professorat en plantilla. - Estimular el professorat doctor perquè s'aculli al "Pla d'Acreditacions" de Tecnocampus
Indicadors o fites	<ul style="list-style-type: none"> - Percentatge de doctors acreditats - Nombre de professors/es que s'acullen al "Pla d'Acreditacions" de Tecnocampus

Responsable	<ul style="list-style-type: none"> - Patronat i Director general Tecnocampus - Directora de l'ESCSET 			
Abast: Grau Màrqueting i CD	Prioritat: Alta	Termini Curs 2017-18	Estat de la proposta En curs (30% assoliment)	Implica modificació pla d'estudis: No
Codi	E.4.2_ESCSET Professorat permanent			
Diagnòstic	El nombre de professorat permanent està per sota del que es requereix segons legislació vigent			
Objectiu	Augmentar el nombre de professorat permanent			
Acció	- Treure sis places de professorat permanent (any 2018), de les quals dues per al Grau en Màrqueting i CD			
Indicadors o fites	Percentatge de professorat permanent, a nivell de centre i per a cada titulació			
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> - Patronat i Director general Tecnocampus - Directora de l'ESCSET 			
Abast: Grau Màrqueting i CD	Prioritat: Alta	Termini Cursos 2017-18 i 2018-19	Estat de la proposta En curs (50% assoliment)	Implica modificació pla d'estudis: No
Codi	E.4.3_ESCSET Desenvolupament de la Recerca			
Diagnòstic	En el marc del <i>Marc per al Desenvolupament de la Recerca a Tecnocampus</i> i de la <i>Normativa pe al Reconeixement de grups de Recerca</i> , l'ESCSET T ha posat en marxa un únic grup de Recerca, el GRAEFES, que aglutina 15 investigadors del centre. Recentment s'ha incorporat dins el grup una línia específica d'Investigació de l'àmbit del Màrqueting i/o les Comunitats Digitals tot i que encara amb pobres resultats.			
Objectius	Impulsar la línia específica de Recerca en l'àmbit del Màrqueting i/o les Comunitats Digitals afavorint la investigació grupal i l'acreditació del professorat.			
Accions	- Avaluar la Recerca feta de forma individual en l'àmbit del Màrqueting i cercar, a partir dels interessos particulars que cada investigador tingui en aquest àmbit, els elements cohesionadors que facilitin la Recerca grupal.			
Indicadors o fites	<ul style="list-style-type: none"> - Augment de les activitats de Recerca en l'àmbit del Màrqueting i les Comunitats Digitals (publicacions, participació en activitats congressuals, ...) - Nombre de professors/es de Màrqueting i/o Comunitats Digitals implicats en el grup de Recerca de centre 			
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> - Direcció ESCSET - Director grup de Recerca GRAEFES 			
Abast: Totes les titulacions	Prioritat: Mitja	Termini Curs 2018-19	Estat de la proposta En curs (40% assoliment)	Implica modificació pla d'estudis: No
Codi	E.4.4_ESCSET Avaluació i incentius del professorat i el PAS			
Diagnòstic	Insatisfacció del personal de Tecnocampus envers les condicions de promoció, reconeixement de la feina i incentivació professional			
Objectius	Millorar la implicació del professorat i del PAS en els processos de qualitat			

Accions	- Revisar i, si escau, millorar els programes de desenvolupament professional de PDI (Docència, Gestió/Participació i Recerca) i del PAS i la seva implementació			
Indicadors o fites	- Millora dels resultats de satisfacció del PDI i PAS en aquests aspectes			
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> - Director general de Tecnocampus - Directora ESCSET - Responsable de Qualitat de Tecnocampus - Responsable Recursos Humans 			
Abast: Totes les titulacions	Prioritat: Alta	Termini Curs 2016-17	Estat de la proposta En curs (70% assoliment)	Implica modificació pla d'estudis: No
Codi	E.4.5_ESCSET Impuls a la innovació docent			
Diagnòstic	No tots els docents incorporen a les seves aules accions de millora de la seva activitat docent o de l'aprenentatge dels estudiants malgrat la posta en marxa d'una convocatòria per a l'obtenció de crèdits de reducció docent per a projectes d'innovació			
Objectius	Millorar la percepció de docència innovadora entre els estudiants i entre el professorat.			
Accions	<ul style="list-style-type: none"> - Impulsar i fomentar la creativitat i el pensament crític entre els professors i els estudiants com a competències bàsiques i avaluables. - Promoure la participació del professorat en projectes d'innovació docent, tant a Tecnocampus com a fora. - Promoure publicacions sobre innovació docent feta a l'ESCSET. - Organitzar accions de formació al professorat relacionades amb la innovació docent. - Incloure la innovació docent en els materials de suport al professorat i en el material d'acollida al professorat. - Incloure la innovació com a part de les evidències que cal incloure a l'autoinforme del professorat per a l'avaluació del seu rendiment. - Elaborar un espai web per a l'acollida del professorat nouvingut on es transmeti la innovació i la qualitat com a forma de treball i trets identificadors de l'Escola. 			
Indicadors o fites	<ul style="list-style-type: none"> - Incorporació de metodologies docents innovadores en els Plans Docents - Nombre d'accions de formació sobre innovació docent - Nombre de participants PDI en accions de formació i sensibilització sobre innovació docent. - Espai web operatiu des d' eCampus per a l'acollida al professorat 			
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> - Directora de l'ESCSET - Professorat - Responsable de l'SQAI 			
Abast: Totes les titulacions	Prioritat: Alta	Termini: Curs 2017-18	Estat de la proposta En curs (60% assoliment)	Implica modificació pla d'estudis: No

Estàndard 5: Eficàcia dels sistemes de suport a l'aprenentatge		
Millora	Estat	Termini
E.5.1_ESCSET Acció tutorial	En curs (50%)	Curs 2016-17
E.5.2._ESCSET Eines de comunicació acadèmica i institucional per al professorat	En curs (50%)	Curs 2017-18

Codi		E.5.1_ESCSET Acció tutorial		
Diagnòstic	El curs 2016-17 es va posar en marxa un nou Pla d'Acció Tutorial que ha estat ben acceptat pels estudiants. No obstant, tal com indica el mateix tutor, cal posar en marxa més mecanismes per tal que les accions d'aquest Pla siguin més conegudes i arribin a un major nombre d'estudiants i, d'una altra banda, que a través de l'acció tutorial es posin en marxa programes de participació / coordinació entre els estudiants delegats i delegades de cursos.			
Objectius	Millorar l'acció tutorial com mesura per a obtenir millors rendiments, reduir abandonaments, augmentar la satisfacció global dels estudiants, facilitar la coordinació i interlocució entre estudiants, professorat i la direcció del centre i estimular la participació dels estudiants en activitats extra-acadèmiques pròpies de la vida universitària. Així mateix, fer un seguiment específic dels estudiants de nou accés que, tot i complir amb els requisits legals per a la seva admissió, provinguin d'estudis previs no totalment concordants amb el Grau al qual volen accedir.			
Accions	<ul style="list-style-type: none"> - Fer un seguiment i avaluació del l'aplicació del nou Pla d'Acció Tutorial. - Dur a terme les previstes en el PAT per al curs 2017-18 (aspectes normatius i funcionament) 			
Indicadors o fites	<ul style="list-style-type: none"> - Reducció dels abandonaments - Millora de la satisfacció dels estudiants amb la docència rebuda 			
Responsables	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinadors dels Graus - Tutors/es - Cap d'estudis - Directora de l'ESCSET 			
Abast: Totes les titulacions	Prioritat: Alta	Termini: Curs 2017-18	Estat de la proposta En curs (50%)	Implica modificació pla d'estudis: No
Codi		E.5.2_ESCSET Eines de comunicació i gestió acadèmica i institucional per al professorat		
Diagnòstic	Es detecta una manca de plataformes i eines TIC per a l'accés i gestió documental a l'abast del professorat.			
Objectius	<ul style="list-style-type: none"> - Millorar els recursos d'informació i serveis útils per a la tasca docent i l'aprenentatge que Tecnocampus posa a l'abast el PDI. - Oferir un conjunt d'eines i serveis TIC per donar el suport necessari als docents per tal que assoleixin els seus objectius pel que fa a la docència, la recerca i la gestió pròpia de caràcter administratiu derivada d'aquestes activitats. 			

Accions	<ul style="list-style-type: none"> - Crear i gestionar el Dipòsit Digital Docent (DDD) de Tecnocampus que serveixi com a repositori de documents i per a la publicació de materials docents - Assessorar sobre la utilització i aplicació de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) en docència/aprenentatge, a través de portals (Plans Docents, currículums,...), que puguin ser gestionats des del Moodle, en el qual es basa la plataforma docent de Tecnocampus. - Definir i crear la plataforma de gestió de currículums del professorat adaptant, si cal, les existents i d'ús comú en d'altres universitats i centres universitaris 			
Indicadors o fites	<ul style="list-style-type: none"> - Creació del DDD - Plataforma de gestió de Plans Docents i de currículums del professorat - Augmentar l'ús d'eines digitals en el procés de docència/aprenentatge 			
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinadors/es de l'ESCSET - Cap del Servei d'informàtica - Responsable de l'SQAI 			
Abast: Totes les titulacions	Prioritat: Mitja	Termini: Curs 2017-18	Estat de la proposta En curs (50%)	Implica modificació pla d'estudis: No

Estàndard 6. Qualitat dels resultats dels programes formatius		
Millora	Estat	Termini
E.6.1_ESCSET Satisfacció global dels estudiants i graduats	En curs (50%)	
E.6.2_ESCSET Participació en enquestes	En curs (60%)	Curs 2017-18
E.6.3_ESCSET Seguiment i avaluació de les Pràctiques curriculars	En curs (20%)	Curs 2017-18

Codi	E.6.1_ESCSET Satisfacció global dels estudiants i dels graduats
Diagnòstic	És de destacar la millora considerable curs a curs de la satisfacció entre els estudiants de Màrqueting i la doble AdE/Màrqueting (de més de 0,7 punts en ambdues). També són altes les valoracions que fan els graduats de Màrqueting (amb valoracions a l'entorn del 7 i prop d'un 58% d'estudiants que tornarien a fer els mateixos estudis amb nosaltres). Això no obstant, ha de ser objectiu del centre procurar que la satisfacció continuï creixent any a any.
Objectius	Continuar millorant els índex de satisfacció docent i millorar la satisfacció dels graduats
Accions	<ul style="list-style-type: none"> - Actuar amb agilitat davant el professorat que presenta de manera continuada mals resultats de satisfacció docent (detecció de les insatisfaccions abans de les enquestes; coordinació delegats/tutor acadèmic/coordinadors; anàlisi de l'ús de les aules Moodle a la 2ona setmana del trimestre; Autoinformes, Pla docent) - Impulsar metodologies docents que promoguin una major participació dels estudiants.

	<ul style="list-style-type: none"> - Definir un protocol d'actuació quan es tenen missatges negatius d'un professor/a. - Promoure accions de formació pel professorat. 			
Indicadors o fites	<ul style="list-style-type: none"> - Millora dels resultats en les enquestes de satisfacció dels estudiants - Millora dels resultats en l'anàlisi de l'ús de les aules Moodle. - Definició del Protocol d'actuació davant missatges negatius dels estudiants sobre la tasca d'un professor/a - Resultats del programa Docentia d'avaluació de la tasca docent del professorat 			
Responsable	Coordinador/a de la titulació			
Abast: Totes les titulacions	Prioritat: Alta	Termini: Curs 2017-18	Estat de la proposta En curs (50% assoliment)	Implica modificació pla d'estudis: No
Codi	E.6.2_ESCSET Participació en enquestes			
Diagnòstic	És de destacar la millora considerable curs a curs de la participació dels estudiants, graduats, professorat i PAS a l'hora de respondre les enquestes de satisfacció que cada any se'ls demana que responguin. Malgrat això, es continua veient insuficient aquesta participació. D'altra banda, no es disposa de cap mecanisme per conèixer la satisfacció dels contractadors/empleadors més enllà de les opinions de les empreses o institucions que participen en el Consell Sectorial dels estudis.			
Objectius	Continuar millorant els índex de participació dels diferents col·lectius en les enquestes de satisfacció			
Accions	<ul style="list-style-type: none"> - Establir mecanismes més sistematitzats per a passar les enquestes, demanat més implicació del professorat, delegats i delegades de cursos i la direcció del centre - Informar dels resultats de les enquestes als col·lectius afectats així com de les valoracions i propostes de millora, si escau. - Establir mecanismes per conèixer la satisfacció dels empleadors envers els graduats i graduades de l'ESCSET 			
Indicadors o fites	- Augment de la participació en les diverses enquestes			
Responsable	Coordinador/a de la titulació			
Abast: Totes les titulacions	Prioritat: Alta	Termini: Curs 2017-18	Estat de la proposta En curs (50% assoliment)	Implica modificació pla d'estudis: No
Codi	E.6.3_ESCSET Seguiment i avaluació de les Pràctiques curriculars			
Diagnòstic	Malgrat que a priori el tutor acadèmic pacta amb el tutor de l'empresa quines són les competències específiques que treballarà l'estudiant al llarg de les Pràctiques, les avaluacions es basen gairebé exclusivament en l'adquisició per part de l'estudiant de les competències bàsiques, generals i transversals. Cal garantir mitjançant una avaluació més acurada i continuada com es treballen les competències específiques i quins són els resultats d'aprenentatge de l'estudiant.			
Objectius	Garantir que les competències específiques que treballa l'estudiant són les contemplades en el títol en el nivell i resultats esperats.			

Accions	<ul style="list-style-type: none"> - Establir mecanismes d'avaluació continuada de les Pràctiques basada en l'adquisició de competències - Definir rúbriques d'avaluació precises que contemplin l'avaluació per competències 			
Indicadors o fites	<ul style="list-style-type: none"> - Pla Docent de la matèria Pràctiques que contempli el nou sistema de seguiment i avaluació 			
Responsable	<ul style="list-style-type: none"> - Supervisor de Pràctiques de la titulació - Direcció del centre 			
Abast: Totes les titulacions	Prioritat: Alta	Termini: Curs 2017-18	Estat de la proposta En curs (20% assoliment)	Implica modificació pla d'estudis: No