
	ACTA DE LA REUNIÓN DE LA COMISIÓN DE CALIDAD DEL MÁSTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING	
	CÓDIGO: MDMK-02-2016/2017	

ACTA Nº 2 DE LA COMISIÓN DE CALIDAD DEL MASTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING, CORRESPONDIENTE A LA REUNIÓN DEL 21 DE OCTUBRE DE 2016

En el Seminario de Economía Aplicada de la Facultad de CC. Económicas y Empresariales de Badajoz, siendo las 11:30 horas del día 21 de octubre se reúnen los miembros de la Comisión que se mencionan al final del acta para tratar el siguiente ORDEN DEL DÍA:

1. Situación del Máster en Dirección de Marketing.
2. Elección de Secretario/a Comisión de Calidad.
3. Propuesta de medidas para la mejora continua del Master.
4. Ruegos y preguntas.

TRANSCURSO DE LA SESIÓN



1. Situación del Máster.

Clementina Galera, como coordinadora de la Comisión, indica que aún no están nombrados los representantes del PAS y de los estudiantes en las distintas comisiones de máster del centro. Considera que después de la celebración de las elecciones a delegado se podrá tener los nombres de los representantes de estudiantes.

Tras un mes de funcionamiento del master, se analizan los datos de matrícula y se ponen de manifiesto los siguientes aspectos:

- a) El número de matrículas es de 12 alumnos en régimen ordinario y 1 alumno en régimen de estudiante Erasmus. Se trata del máster de la Facultad que más alumnos ha matriculado, pero estas cifras están por debajo de los 15 alumnos que la nueva normativa de la Junta de Extremadura¹ exigirá para la renovación de los másteres dentro de dos cursos académicos, por lo que todos los presentes están de acuerdo en la necesidad de intensificar y diversificar las acciones promocionales del máster.
- b) Hay alumnos matriculados en los tres itinerarios del segundo semestre del máster, por lo que se garantiza la impartición de los mismos.
- c) Existe una solicitud extraordinaria de matrícula por parte de una persona que no dispone de ninguno de los títulos de acceso al máster (según lo dispuesto en el Verifica), pero que tiene experiencia profesional en el ámbito comercial, dentro del sector farmacéutico. Según la información recopilada desde la Secretaría de la Facultad, quizás en Rectorado admitirían su matrícula si esta comisión lo autoriza por

¹ DECRETO 157/2016, de 20 de septiembre (DOE Nº 185, Lunes, 26 de septiembre de 2016), por el que se regula la autorización de implantación, modificación, supresión de enseñanzas universitarias oficiales y renovación de su acreditación

	ACTA DE LA REUNIÓN DE LA COMISIÓN DE CALIDAD DEL MÁSTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING	
	CÓDIGO: MDMK-02-2016/2017	

entender la afinidad del contenido del máster con su labor profesional. Tras debatirlo, **se acuerda por unanimidad** permitir la matrícula, si administrativamente fuese posible, solicitando al demandante que entregue justificante de su experiencia comercial. Clementina Galera se encargará de las relaciones con la secretaría para todos los temas que tengan que ver con la matriculación de alumnos.

Tras el análisis de la situación **se acuerda por unanimidad** realizar un escrito al Decano de la Facultad para que oficialmente desde el decanato (o desde el vicedecanato competente) se envíe por correo electrónico a todos los estudiantes que vayan a presentar su TFG en la convocatoria de noviembre información sobre los másteres ofertados por la Facultad, indicándoles la posibilidad de inscribirse durante este mes. Entendemos que esta comunicación debe ser hecha oficialmente por el propio centro, puesto que tiene acceso al listado de dichos alumnos y a su dirección de correo electrónico institucional. Además, puede pedirse a los miembros de secretaría que hagan dicha comunicación en persona cuando el alumno registre su TFG. Antonio Chamorro será el encargado de preparar y enviar esta comunicación.

Finalmente, se considera que el seminario nº4 asignado por el centro para las clases del primer semestre del máster es adecuada para la docencia propia del master, pero se plantea que lo ideal para el próximo curso es solicitar el seminario 6, que dispone tanto de mesas móviles como de puestos informáticos.


2. Elección de Secretario/a Comisión de Calidad.

Se nombra por unanimidad a Antonio Chamorro como secretario de esta comisión.

3. Propuesta de medidas para la mejora continua del Master.

A tenor de la necesidad de aumentar el número de alumnos tanto en el presente curso (plazos extraordinarios) como en el próximo, se proponen y acuerdan inicialmente las siguientes medidas adicionales para este curso académico, las cuales serán concretas en la próxima reunión de la Comisión.

Acción	Descripción/temporalización	Coordinador
Jornada/ciclo de conferencias	Con uno o dos expertos externos. Durante el primer semestre o comienzo del segundo	Antonio Chamorro
	Con varios antiguos alumnos que estén ejerciendo actividades relacionadas con el marketing. En la parte final del segundo semestre, pero con suficiente antelación al cierre del período de clases.	Lidia Andrades
Cartelería promocional	A diseñar y colocar en los períodos de matrícula no solo en la Facultad, sino también en otros	Montserrat

	ACTA DE LA REUNIÓN DE LA COMISIÓN DE CALIDAD DEL MÁSTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING	
	CÓDIGO: MDMK-02-2016/2017	

del máster	centros que puedan aportar estudiantes	Díaz
Visita a las clases de último curso para informar sobre el máster	En el último mes del curso	José Ángel López
Creación de una página de Facebook del master	Para incluir a) información sobre actividades que se desarrollan, tanto en el funcionamiento normal de las asignaturas, como de forma extraordinaria; b) noticias y artículos relevantes sobre el marketing	Alejandro del Moral

Con respecto a las jornadas y ciclos de conferencias se estima oportuno que sean abiertas a todos los estudiantes universitarios, promocionándolas en tal sentido, de forma que contribuyan no solo a la buena formación de los estudiantes actuales, sino también a aumentar la notoriedad del Máster y a la creación de una imagen positiva.

4. Ruegos y preguntas.

Clementina Galera sugiere que seamos conscientes de que los TFM del actual máster equivalen a solo 6 créditos, por lo que no se podrá exigir el mismo nivel de profundidad que se exigía en el máster antiguo.

José Ángel López indica que se tenga presente todos los tipos de trabajos que se pueden desarrollar, desde las investigaciones de mercado o los planes de marketing, hasta los teóricos sobre una determinada temática.

Se propone también que la próxima reunión será a más tardar a principios del segundo semestre, con la finalidad de concretar la ejecución de actividades promocionales y las personas que trabajarán en ellas.

Sin más asuntos tratados, se cierra la reunión a las 13:10 horas.

Asistentes:

Andrades Caldito, Lidia.
 Chamorro Mera, Antonio.
 Del Moral Agúndez, Alejandro.
 Díaz Méndez, Montserrat.
 Galera Casquet, Clementina. Coordinadora.
 López Sánchez, José Ángel.