

MEMORIA FINAL

Compromisos y Resultados

Actuaciones Avaladas para la Mejora Docente 2016/2017

Título del proyecto
Competencias Profesionales y Docencia. Desarrollo de un nuevo Catálogo de Competencias en el Grado de Marketing e Investigación de Mercados a través del Aprendizaje Colaborativo.

Responsable		
Apellidos	Nombre	NIF
Cruces Montes	Serafín Jesús	31646026g

1. Describa los resultados obtenidos a la luz de los objetivos y compromisos que adquirió en la solicitud de su proyecto¹. Copie en las dos primeras filas de cada tabla el título del objetivo y la descripción que incluyó en el apartado 2 de dicha solicitud e incluya tantas tablas como objetivos contempló.

Objetivo nº 1	<i>Conocer las diversas competencias que se han venido implementando en el Grado de Marketing e Investigación de Mercados, así como el análisis de documentos que permitan complementar el conjunto de dichas competencias</i>		
Indicador de seguimiento o evidencias:	Recopilar de manera sistemática y operativa un conjunto abordable de competencias provenientes tanto de la memoria de Grado de Marketing e Investigación de Mercados, como de la revisión de la documentación existente sobre la misma que complete la visión de dichas competencias		
Objetivo final del indicador:	Obtener un resumen o clasificación operativa de las competencias del Grado en Marketing e Investigación de Mercados		
Fecha prevista para la medida del indicador:	<i>Octubre 2016</i>	Fecha de medida del indicador:	<i>Noviembre 2016</i>
Actividades previstas:	<i>Lectura y análisis de la memoria del grado, del proyecto subvencionado de la Unión Europea Tuning Educational Structures in Europe, del documento de la Universidad de Cádiz sobre Guía sobre la Formación en Competencias Profesionales para alumnos de la Universidad de Cadiz, así como una revisión de aquellos documentos que, a través de una búsqueda bibliográfica exhaustiva, permita obtener una imagen lo más completa sobre las competencias aplicables en el Grado</i>		
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<i>Se realizó una búsqueda bibliográfica extensa incluyendo una variada relación de materiales, de los que destacamos los siguientes. Alsina, J. (Coord.) (2011). Evaluación por competencias en la universidad. Grupo institucional de coordinación interdisciplinar y evaluación por competencia (CIEC). Cuadernos de docencia Universitaria, 18,</i>		

¹ La relación incluida en el documento *Actúa* que adjuntó en su solicitud a través de la plataforma de la Oficina Virtual.

Editorial Octaedro. <https://goo.gl/NwsToi>

Cátedra de inserción profesional Caja Rural Salamanca. (2013). Como ser competente. Competencias profesionales demandadas por el mercado laboral. Servicio de Inserción Profesional y Prácticas de Empleo. Universidad de Salamanca. <https://goo.gl/DCTCPC>

Fernández, A. (2010). La evaluación orientada al aprendizaje en un modelo de formación por competencias en la educación universitaria. Revista de Docencia Universitaria, Vol 8 (nº1) 11-34 <https://goo.gl/PnvQUH>

Gairín, J. (Coord.) (2009). Guía para la evaluación de competencias en el área de Ciencias Sociales. Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya. Barcelona. <http://goo.gl/rffZI6>

Hué C. et al. (2008). Competencias genéricas y transversales de los títulos universitarios. ICE de la universidad de Zaragoza. <https://goo.gl/gsd4Bb>

Ibarra, M.S. y Rodríguez, G. (2016) Evaluación de competencias en la educación superior. El momento de la tecnología y la alfabetización evalúa dora. En Cano E. y Fernández N. (2016). Evaluación por competencias. La perspectiva de las primeras promociones de graduados en el EEES (17-32). Barcelona. Octaedro

Ibarra, MS; Rodríguez, G., García E. (2013) Catálogo de competencias transversales a la evaluación DevalSimWeb. Desarrollo de competencias profesionales a través de la evaluación participativa y la simulación utilizando herramientas web. Proyecto DevalSimWeb ALFA III. DOI: 10.13140/RG.2.2.10095.84649 <https://goo.gl/n4Uzzw>

Mas, O. (2011) El profesor universitario: Sus competencias y formación. Profesorado. Revista de Curriculum y Formación del Profesorado. Vol. 15, 3. <https://goo.gl/t3ydeR>

Memoria del Grado de MIM. FCCSS y de la Comunicación (2010).

Montero, M.,(2010). El proceso de Bolonia y las nuevas competencias. Tejuelo, nº9, pags. 19-37. <https://goo.gl/rCzxcE>

Proyecto Tuning (2006) rev. Una introducción a Tuning Educational Structures in Europe. La contribución de las universidades al proceso de Bolonia. Proyecto coordinado por la Universidad de Deusto, España y Universidad de Groningen, Países Bajos. Recuperado de <http://goo.gl/6xwlzs>

Riesco, M. (2008). El enfoque de competencias en el EEES y sus implicaciones en la enseñanza y el aprendizaje. Tendencias Pedagógicas, 13. <https://goo.gl/lrBOLc>

	<p>Rodríguez, G; Ibarra, M.S., Cubero, J. (2016) <i>Competencias básicas relacionadas con la evaluación. Un estudio sobre la percepción de los estudiantes. Educación XXI</i> https://goo.gl/wp6PfD</p> <p>Strijbos, J.; Engels, N.; Struyven, K. (2015) <i>Criteria and standards of generic competences al bachelor degree level: a review study. Educational Research Review</i> 18-32. http://dx.doi.org/10.1016/j.edurev.2015.01.001</p> <p>Velázquez, R. (2008) <i>Guia para la formación en competencias profesionales para alumnos de la universidad de Cádiz. Consejo Social.Vicerrectorado de Alumnos.</i> https://goo.gl/EGzx9s</p> <p><i>El examen exhaustivo de este material nos proporcionó una imagen mucho más completa en relación a las competencias transversales que tenían un papel relevante en el Grado de Marketing e Investigación de Mercados, ofreciéndonos la posibilidad de realizar, tal y como se plantea en otro objetivo, la realización de una herramienta evaluativa de las mismas</i></p>
--	---

Objetivo nº 2	<i>Construir una herramienta (cuestionario) dirigida a los profesionales y egresados que participan en las actividades del Practicum del Grado</i>		
Indicador de seguimiento o evidencias:	Realización de una herramienta/cuestionario dirigida tanto a profesionales que participan en las actividades del prácticum, así como también a alumnado egresado.		
Objetivo final del indicador:	Elaborar un cuestionario de fácil aplicación para su administración y que recoja las aportaciones que se han obtenido del análisis de la documentación		
Fecha prevista para la medida del indicador:	Noviembre-Diciembre, 2016	Fecha de medida del indicador:	Febrero,2017
Actividades previstas:	<p><i>El profesorado del proyecto a través de reuniones de trabajo/workshops y después de haber analizado la documentación disponible debatirá y construirá dicha herramienta/cuestionario basándose en estrategias de trabajo en equipo/aprendizaje colaborativo.</i></p> <p><i>Creación de un espacio virtual (google drive/Dropbox) para intercambio de la información.</i></p>		
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<p><i>En relación a este objetivo se llevaron a cabo tres sesiones de trabajo con el profesorado implicado en la acción avalada en donde, a través del estudio del material que tenían a su disposición, tanto en Google Drive como Dropbox, pudieron discutir y construir con el apoyo del profesorado del Dpto. de Psicología y el Profesorado del Grado de Marketing del equipo del proyecto un cuestionario en la plataforma Survio (se adjunta vínculo al mismo y se anexiona pdf).</i></p> <p>https://www.survio.com/survey/d/Y5N6T8A4P4I4M1O7E</p> <p><i>En dicho cuestionario, y fruto del trabajo realizado en el objetivo anterior, se evaluaban 13 competencias transversales y sus correspondientes criterios, estando estos últimos claramente detallados. Las competencias y sus criterios fueron los siguientes:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Comunicación (Gestión de contenidos, Control del lenguaje, Atención de la audiencia, Establecimiento de la eficacia personal, Habilidades sociales interpersonales y Argumentación).</i> 		

- *Trabajo en Equipo (Atención de la audiencia, Actuar como miembro colaborador del equipo, Trabajo en tareas de equipo, Priorizar intereses grupales y Actitud positiva y optimismo.*
- *Liderazgo (Establecimiento de la eficacia interpersonal, Iniciador del cambio, Capacidad de organización y planificación, Habilidades sociales interpersonales y Negociación)*
- *Solución de Problemas (Analizar un problema, Desarrollo de soluciones originales, Búsqueda y recuperación de la información y Negociación).*
- *Creatividad (Desarrollo de soluciones originales y Espíritu emprendedor/iniciativa).*
- *Procesamiento/Gestión de la información (Búsqueda y recuperación de la información, Procesamiento y uso de la información y Capacidad de análisis/síntesis)*
- *Aprendizaje Permanente (Estar atento/a a las experiencias de aprendizaje, Evaluar experiencias de aprendizaje e Iniciar experiencias de aprendizaje)*
- *Responsabilidad Social (Participar en la sensibilidad social y Actuar de acuerdo con la ética profesional)*
- *Adaptabilidad (Adaptación a nuevas situaciones y Actitud positiva y optimismo)*
- *Conocimientos de otros entornos culturales y costumbres (Reconocimiento de la diversidad y multiculturalidad)*
- *Calidad (Motivación por la calidad)*
- *Aptitud Organizacional (Comprensión del comportamiento organizacional, Organización y planificación, Orientación al logro y resultados, Orientación al cliente, Relaciones interpersonales con el cliente, Negociación, Trabajo autónomo, Rendir bajo presión y Gestionar el tiempo).*
- *Evaluación (Analizar/valorar el propio trabajo y Analizar/valorar el trabajo de los demás)*

Se le pidió a los encuestados que evaluaran en qué grado las competencias propuestas y sus indicadores eran importantes para el desempeño de la actividad profesional en el ámbito del Marketing y la Investigación de Mercados.

Además, el equipo de la acción avalada entendió que, dado el esfuerzo que se iba a realizar, se podía administrar un cuestionario creado por uno de los miembros del equipo de la acción, el prof. Sergio Sánchez (Escala de Evaluación de Competencias "CADIZ" v2) que evaluaba las competencias profesionales, pero en este caso aquellas que realizaba el encuestado en su puesto de trabajo. De este modo se quería abrir la posibilidad de comparar y ajustar tanto las competencias que el profesional cree que son importantes con aquellas que el realmente desarrolla en su puesto de trabajo (se adjunta enlace y documento pdf del mismo)

<https://www.surveio.com/survey/d/G5H811U7V8M6K8D6K>

Aquí las competencias que se autoevaluaban en su trabajo, y sus criterios correspondientes, eran las siguientes:

Competencias a nivel interpersonal.

- *Autoconocimiento (Autovaloración adecuada, conciencia emocional y*

	<p><i>Autoconfianza)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Autogestión (Autocontrol, Optimismo, Adaptabilidad, Orientación al aprendizaje, Logro, Calidad e Innovación)</i> <p><i>Competencias a nivel interpersonal.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Conocimiento Social (Empatía, Conciencia Intercultural, Orientación estratégica y Orientación al servicio).</i> - <i>Gestión de las relaciones (Gestión de redes de contacto, Trabajo en equipo, Compromiso, Negociación, Influencia, Liderazgo, Desarrollo de personas).</i>
--	--

Objetivo nº 3	<i>Administrar el cuestionario a Profesionales del Prácticum así como a alumnado egresado del Grado no sólo de nuestra Universidad, sino también de otras con las que el Decanato de la Facultad mantiene estrecha relación (Grados de Marketing e Investigación de Mercados de las Universidades de Málaga, Gijón, Vigo, etc.)</i>		
Indicador de seguimiento o evidencias:	Cantidad de cuestionarios realizados tanto por los profesionales como el alumnado egresado		
Objetivo final del indicador:	Obtener una información válida y fiable sobre la visión de las competencias propuestas así como la valoración de aquellas que aporten los encuestados		
Fecha prevista para la medida del indicador:	Febrero-Marzo 2017	Fecha de medida del indicador:	Mayo-Junio 2017
Actividades previstas:	<i>Contacto con los Profesionales y alumnado egresado, bien electrónicamente bien mediante encuentros o reuniones si lo permite la proximidad de éstos y administración electrónica de la herramienta/cuestionario. Recogida de la información y sistematización de la misma para su posterior debate y discusión, a través de reuniones del equipo del profesorado del proyecto.</i>		
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<p><i>Finalizado el objetivo 2. En este objetivo 3 se pasó a administrar la herramienta/cuestionario que habíamos conformado.</i></p> <p><i>Dada las fechas en la que se encontraba el proceso del proyecto así como la amplitud evaluativa de la herramienta diseñada, se tomó la decisión de administrar, en un primer momento, el cuestionario a profesores que impartían docencia en el Master de Marketing Digital de la UCA. Esta decisión venía avalada por el hecho de contar en el mismo con profesionales activos conocedores de la actividad laboral en este ámbito, así como del compromiso que tienen con dicho Master, hecho este que facilitaría la recepción de cuestionarios cumplimentados.</i></p> <p><i>Se tomó también la decisión de seguir, a través de un segundo proyecto de acción avalada y una vez visto los resultados, ampliando con estudiantes egresados y otros profesionales pertenecientes a otras universidades y ámbitos laborales distintos al de Cádiz.</i></p> <p><i>Hemos de comentar en este punto que la complejidad del cuestionario, generada, fundamentalmente en la búsqueda de una exhaustiva información sobre las competencias profesionales, hacía necesario de un testeo profesional previo, tal como se hizo, a fin de poder conocer qué factores serían necesarios de perfilar para una posterior ampliación de la muestra. Se recogieron unos 36 cuestionarios validados (hasta la fecha de realización de esta memoria).</i></p>		

Objetivo nº 4	<i>Discutir y poner en común los datos obtenidos con los docentes del Grado</i>		
Indicador de seguimiento o evidencias:	Elaborar un documento que recoja el máximo de acuerdo sobre las competencias analizadas por parte de los docentes		
Objetivo final del indicador:	Obtener un conjunto de competencias para el Grado.		
Fecha prevista para la medida del indicador:	Marzo-Abril, 2017	Fecha de medida del indicador:	Junio-Julio, 2017
Actividades previstas:	<i>Realizar sesiones de trabajo con los docentes de las asignaturas implicadas y el profesorado del Proyecto (workshops) así como utilización de herramientas de trabajo/aprendizaje colaborativo para obtener resultados consensuados</i>		
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<p><i>En este objetivo se pudieron trabajar en grupo por parte de los miembros del proyecto, los primeros datos preliminares que ofreció la administración de la herramienta conformada.</i></p> <p><i>Se analizaron los resultados de ambas partes de los cuestionarios (aquellos correspondientes a lo que piensa el profesional que debe de desarrollar el profesional del Marketing, así como lo que el profesional del Márketing dice señalar como competencias que desarrolla en su puesto de trabajo)</i></p> <p><i>En relación a las competencias transversales, que obtuvieron no sólo una mayor puntuación, sino que también fueron elegidas como las esenciales para el buen desarrollo del profesional del Marketing y la Investigación de Mercados, señalar las siguientes:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>1.- Comunicación (Capacidad de Escuchar, hacer preguntas y expresar ideas de forma efectiva).</i> <i>2.-Trabajo en equipo (Estrategias, metodologías y procedimientos por parte de un grupo para lograr las metas propuestas).</i> <i>3.-Solución de problemas (Estrategias y procedimientos para resolver problemas en el ámbito de la actividad organizativa).</i> <i>4.-Creatividad (Estrategias y procedimientos cognitivos para generar nuevas ideas y llevarlas a cabo).</i> <i>5-Calidad (Búsqueda de la excelencia organizacional).</i> <i>6.-Procesamiento/gestión de la información (Estrategias y procedimientos para mejorar el proceso de información en el ámbito organizativo).</i> <p><i>Señalar que se les pidió que priorizaran seis de las trece (la mitad) de las competencias propuestas a fin de poder ofrecer una visión lo más centrada posible en un conjunto accesible y abarcable.</i></p> <p><i>Por otro lado, aquellas competencias profesionales que manifestaban que realizaban con una puntuación por encima del 75% de posibilidad, y obtenidas de la segunda parte del cuestionario, fueron las siguientes:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <i>1.-Conciencia emocional (identificar emociones, comprender vínculos existentes entre sentimientos, pensamientos y acciones. Tener conocimiento básico de los valores y objetivos básicos).</i> <i>2.-Compromiso (Responsabilizarse del propio cumplimiento de los objetivos y del adecuado desempeño de las funciones que nos han asignado. Demostrar identificación con el proyecto de su organización o equipo. Apoyar y anteponer las prioridades de la organización o equipo a las propias).</i> <i>3.-Orientación al servicio (Comprender las necesidades de los destinatarios de nuestro trabajo y tratar de satisfacerlas con nuestros productos y servicios. Aumentar la satisfacción de los destinatarios de nuestro trabajo ofreciendo</i> 		

resultados que superen sus expectativas. Mostrar disponibilidad e interés por los destinatarios de nuestro trabajo).

4.-Empatía (Practicar escucha activa para captar los estados emocionales de los demás. Estar abierto a comprender los puntos de vista de los demás. Relacionarse con los demás teniendo en cuenta sus necesidades e intereses)

5.-Negociación (Abordar los conflictos concentrando los esfuerzos en buscar soluciones al problema en lugar de enredarse en el enfrentamiento personal. Preparar las negociaciones, identificando las propias posiciones e intereses y estableciendo una estrategia. Propiciar negociaciones “ganar-ganar”, que minimizan los daños y aumentan las probabilidades de alcanzar acuerdos satisfactorios para todas las partes)

6.-Desarrollo de personas (Analizar las fortalezas y debilidades de los colaboradores para detectar áreas a mejorar. Dar un feedback oportuno y constructivo para reforzar los éxitos o corregir deficiencias. Tutelar a los demás dedicando parte del tiempo a desarrollar sus capacidades)

7.-Orientación estratégica (comprender el papel y la relación del trabajo propio con el resto de una organización. Planificar y desarrollar actividades dirigidas a conseguir una meta clave a largo plazo. Comprender tanto la realidad externa como interna de la organización).

8.-Orientación al servicio (Comprender las necesidades de los destinatarios de nuestro trabajo y tratar de satisfacerlas con nuestros productos y servicios. Aumentar la satisfacción de los destinatarios de nuestro trabajo ofreciendo resultados que superen sus expectativas. Mostrar disponibilidad e interés por los destinatarios de nuestro trabajo).

Los resultados obtenidos entre ambos puntos de vista mantienen unos claros vínculos. Veamos a continuación sus nexos de unión.

En relación a la competencia que entienden fundamental, como es la comunicación, en ésta podemos ver como aspectos tales como la Gestión de contenidos, tiene relación con la conciencia emocional y las habilidades interpersonales con la empatía.

La competencia de Trabajo en Equipo guarda relación no sólo con trabajo en equipo de la segunda parte del cuestionario, sino también con desarrollo de personas. Entre los criterios de dicha competencia el actuar como colaborador del equipo y el trabajo de tareas de equipo guardan relación con conciencia emocional, mientras que la priorización de intereses grupales y una actitud positiva y optimismo, además de guardar relación con la conciencia emocional la guarda, respectivamente con el compromiso y la empatía.

En relación a la competencia Solución de Problemas, esta guarda relación con negociación, orientación al servicio, orientación estratégica y compromiso

La competencia Calidad guarda relación con orientación al servicio y orientación estratégica.

Y por último la competencia Procesamiento/Gestión de la información guarda relación con Orientación al aprendizaje

	<p><i>Vemos por tanto como las competencias transversales obtenidas, así como la expresión del desarrollo profesional y las competencias profesionales por parte de los encuestados guardan una estrecha relación.</i></p> <p><i>Estos datos fueron discutidos en dos sesiones con los miembros del proyecto mediante trabajo colaborativo y participativo.</i></p>		
Objetivo nº 5	<p><i>Consensuar con el profesorado fórmulas conjuntas de aplicación y evaluación de las competencias en relación con las asignaturas impartidas de manera que se puedan acordar criterios transversales de evaluación de las mismas y similares, en la medida de lo posible, entre las diversas asignaturas.</i></p>		
Indicador de seguimiento o evidencias:	<p>Satisfacción, reconocimiento y niveles de acuerdo entre los docentes del Grado en relación a las propuestas de competencias por parte de los profesionales y egresados.</p>		
Objetivo final del indicador:	<p>Obtener un conjunto de competencias que puedan ser medibles de manera transversal entre las distintas asignaturas del Grado</p>		
Fecha prevista para la medida del indicador:	Abril-Junio, 2017	Fecha de medida del indicador:	Junio-Julio 2017
Actividades previstas:	<p><i>Realización de reuniones y puesta en común donde desarrollar criterios unitarios en relación a las competencias propuestas. Utilización de herramientas de trabajo en equipo/aprendizaje colaborativo para obtener resultados consensuados.</i></p>		
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<p><i>Se realizaron sesiones de trabajo donde los profesores pertenecientes al Grado de Márketing pudieron exponer sus dudas y ser asesorados por la parte de profesores del Dpto. de Psicología del proyecto de manera que pudieran tener una información lo más clara y útil posible de las competencias analizadas y de su valoración para poder ser aplicada en el ámbito de su docencia. Se obtuvo una visión unitaria de conjunto.</i></p> <p><i>De este trabajo grupal surgieron las bases para poder desarrollar la evaluación de las competencias transversales de una manera unificada y con criterios lo más similares y objetivos entre los diversos docentes. En la presente memoria anexionamos algunas propuestas presentadas por alguno de los miembros del profesorado implicado (ver archivos anexos).</i></p>		
Objetivo nº 6	<p><i>Crear y difundir un catálogo/diccionario de competencias del Grado, e incluir dichas aportaciones a la verificación de la memoria del mismo.</i></p>		
Indicador de seguimiento o evidencias:	<p>Evaluación del conocimiento y comprensión de las competencias propuestas por parte del alumnado al que se le difunda.</p>		
Objetivo final del indicador:	<p>Creación de una publicación con ISBN y difusión a través de una sesión al alumnado de las asignaturas del Grado de las competencias trabajadas a lo largo del proyecto, así como de los elementos de evaluación para dichas competencias</p>		
Fecha prevista para la medida del indicador:	Junio-Julio, 2017	Fecha de medida del indicador:	Julio-Septiembre, 2017
Actividades previstas:	<p><i>Redacción del documento final y celebración de sesiones para informar del contenido de dicho documento.</i></p>		
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<p><i>En relación a este sexto objetivo señalar que en el momento de la redacción del presente informe no se ha podido conseguir de manera completa. Hemos de señalar, que el proyecto sufrió un retraso debido a que se tuvo que modificar de proyecto de innovación docente a acción avalada para que éste</i></p>		

podiera tener viabilidad. Ésto ha hecho que, tal y como se viene recogiendo en esta memoria, se haya venido produciendo un retraso en las propuestas. Ante esta situación es necesario recordar que el presente proyecto se presentó como una primera parte de un proyecto global más ambicioso. De hecho, se ha solicitado para el curso 17-18 una segunda parte abordando aspectos complementarios a esta primera parte. En cualquier caso, hemos analizado los datos recogidos y tenemos una primera aproximación en relación a las competencias y sus criterios más relevantes, tal y como venimos exponiendo a lo largo de esta memoria. Nos gustaría, conformar una muestra mayor y poder ampliar también el perfil de la misma para aumentar su consistencia y fiabilidad. Entendemos que con este paso podremos tener un material mucho más consolidado que permita una visión más completa. En última estancia señalar que la falta de financiación dificultaba la ejecución de este objetivo. Sin embargo esto no es óbice para cuando tengamos una información más completa poder plantear en vez de la publicación propuesta, una publicación en una revista que aborde esta temática.

2. Marque una X bajo las casillas que correspondan en la siguiente tabla. Describa las medidas a las que se comprometió en la solicitud y las que ha llevado a cabo.

Compromiso de compartición / difusión de resultados en el entorno universitario UCA adquirido en la solicitud del proyecto				
1. Sin compromisos	2. Compromiso de impartición de una charla o taller para profesores	3. Adicionalmente fecha y centro donde se impartirá	4. Adicionalmente programa de la presentación	5. Adicionalmente compromiso de retransmisión o grabación para acceso en abierto
	X	X	X	
Descripción de las medidas comprometidas				
Como se ha puesto de manifiesto a lo largo del proyecto, se dará una sesión informativa en relación al documento elaborado y ésta será en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación en una fecha cercana al final del curso académico 2016-2017				
Descripción de las medidas que se han llevado a cabo				
En el mes de septiembre y desde la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, se tiene previsto el desarrollo de una sesión informativa del proyecto y sus logros al profesorado, en primera instancia, del Grado de Marketing e Investigación de Mercados. Recordad que se han venido realizando sesiones de trabajo entre los miembros del equipo de la acción avalada, en donde la mitad de los mismos son profesorado de dicho Grado.				