ESCI upf.
School of International Studies

AUTOINFORME PARA LA ACREDITACIÓN DE LOS TÍTULOS:

Dimensión adicional (Desarrollo e inserción profesional)
Grado en Negocios y Marketing Internacionales

ÍNDICE

ANEXO I. DIMENSIONES ADICIONALES

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA TITULACIÓN UNIVERSITARIA Y DEL CENTRO

Misión
Gobierno
Valores
Programas formativos
Calidad
Internacionalización
Profesorado
Profesionalización

DIMENSIÓN ADICIONAL 1. DESARROLLO E INSERCIÓN PROFESIONAL

A. PROGRAMA FORMATIVO PARA LA OCUPABILIDAD

a) ORIENTACIÓN/ENFOQUE DEL PROGRAMA FORMATIVO

i) Evidencias de la realidad profesional que fundamenta el programa
(1) Las evidencias de la realidad profesional que nos proporcionan las empresas participantes en el programa de *Career Service*
(2) Adecuación constante del programa formativo a las necesidades del entorno laboral
(3) Referentes externos y estudios propios

ii) Nivel de institucionalización de la conexión programa formativo / mercado laboral
(1) El Patronato de ESCI-UPF y su composición
(2) El diseño del GNMI
(3) Red de empresas

iii) Estatus de las prácticas externas en el plan de estudios
(1) Obligatoriedad de las Prácticas
(2) Peso (ECTS)
(3) Plan de prácticas
(4) Evaluación de las prácticas externas: procedimientos y resultados
(a) Procedimientos
(b) Convocatoria en curso
(c) Criterios de recuperación
(d) Relación entre elementos de evaluación y competencias evaluadas
(e) Premios a la excelencia

iv) La selección de centros de prácticas y gestión del proceso de adjudicación de estudiantes
v) TFG que se han elaborado en el marco de colaboración de una empresa o institución
vi) Otras prácticas
(1) Orientación profesionalizadora de las asignaturas
(2) El Programa Career Service (después de las prácticas obligatorias)

b) PERFIL PROFESIONAL DEL PDI

i) Experiencia profesional y cumplimiento (materias) docentes
(1) Personal académico del GNMI
(2) Personal académico del programa *Career Service*
ii) Idoneidad en la supervisión de prácticas profesionales
(1) Tutores académicos
(2) Tutores de empresa

c) RESULTADOS DE LAS PRÁCTICAS EXTERNAS

i) Satisfacción (centros, profesorado y estudiantes)
(1) Resultados académicos
(2) Resultados competenciales
(3) Satisfacción del centro
(4) Satisfacción de los estudiantes
(5) Satisfacción del profesorado
(6) Satisfacción de las empresas

ii) Vinculación con la inserción laboral
iii) Estudiantes que realizan prácticas externas

d) SATISFACCIÓN CON LA FORMACIÓN PARA LA OCUPABILIDAD (ENCUESTA AQU CATALUÑA)

i) Formación práctica
ii) Repetición de estudios
iii) Opinión de ocupadores sobre la formación recibida de los egresados

e) REVISIÓN Y MEJORA DEL PROGRAMA FORMATIVO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA OCUPABILIDAD

i) Instrumentos para la evaluación de la ocupabilidad
ii) Mecanismos de actualización del programa formativo

B. PROGRAMA(S) ESPECÍFICO(S) PARA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS E INSERCIÓN PROFESIONAL (LABORAL)

a) ACCIONES DE DESARROLLO DE COMPETENCIAS PARA LA OCUPABILIDAD
i) Planificación de acciones para el desarrollo de las competencias para la inserción
ii) Número de participantes
iii) Satisfacción de los participantes

b) ACCIONES FAVORECEDORAS DE LA INSERCIÓN LABORAL

i) Estructura y recursos personales de la unidad responsable
ii) Procedimientos de actuación
(1) Proceso de publicación
(2) Proceso de aplicación y adjudicación

iii) Volumen de actividades
(1) Ofertas y demandas
(2) Participación estudiantes

iv) Resultados de inserción laboral
(1) Porcentaje de personas que acceden al primer trabajo mediante las prácticas en los estudios
(2) Porcentaje de personas que acceden al primer trabajo mediante la bolsa de trabajo de las universidades

v) Seguimiento alumni

C. RESULTADOS GENERALES DE INSERCIÓN LABORAL (ENCUESTA AQU CATALUÑA)

a) ESTATUS INSERCIÓN LABORAL

i) Ocupación y su adecuación
(1) Situación laboral
(2) Nivel retributivo
(3) Estabilidad laboral
(4) Desarrollo de funciones universitarias propias
ii) Formación y cumplimiento laboral. Vacío competencial (*skill gap*)

SÍNTESIS

ANEXO I. DIMENSIONES ADICIONALES

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA TITULACIÓN UNIVERSITARIA Y DEL CENTRO UNIVERSITARIO

MISIÓN

La falta de profesionales en la gestión, la comercialización y la dirección preparados para afrontar tareas de internacionalización de las empresas en sus distintas facetas motivó a la Generalitat de Catalunya y a la Universitat Pompeu Fabra (UPF) a constituir, de acuerdo con el RD 320/1993 de 28 de diciembre el consorcio público Escola Superior de Comerç Internacional (ESCI-UPF). En el preámbulo de este decreto se expresaba que "la tarea que está desarrollando la Generalitat de Catalunya en los aspectos educativos en materia de comercio internacional cubre todos los niveles educativos, excepto los de tipo universitario superior, que no existen en Catalunya, ni en el resto del Estado a diferencia de otros países de la Unión Europea" manifestando también la voluntad de continuar contribuyendo al fomento de los estudios de comercio internacional "como instrumento fundamental de la competitividad de nuestras empresas", mediante la "creación de un consorcio que cubra los estudios de comercio internacional a nivel universitario". El objetivo del consorcio es "la promoción de los estudios de comercio internacional dentro del ámbito territorial de Catalunya y el ejercicio de actividades docentes en esta materia mediante una escuela de negocios internacionales adscrita a la Universitat Pompeu Fabra".

GOBIERNO

El Patronato de ESCI-UPF es el órgano superior del Consorcio Público Escola Superior de Comerç Internacional. La composición del Patronato está regulada por el artículo 7 de los estatutos de ESCI-UPF y está definida de la siguiente manera: el Presidente, que es el consejero del departamento competente en temas de internacionalización de la empresa catalana del gobierno de la Generalitat de Catalunya; el Vicepresidente, que es el rector de la UPF, los vocales, 3 en representación de la Generalitat de Catalunya y 2 en representación de la UPF; el director de ESCI-UPF y hasta un máximo de 4 representantes de las instituciones integradas en el consorcio público ESCI-UPF. También figuran con voz, aunque sin voto, el gerente, que actúa como secretario y hasta un máximo de 4 exconsejeros académicos.

VALORES

Más allá de los programas académicos, con sus respectivos objetivos, competencias y asignaturas que vertebran los planes de estudios, los principios que subyacen en toda la oferta formativa de ESCI-UPF son:

1. EXCELENCIA. Más allá de una formación básica transversal, instrumental y técnica en los ámbitos que le es propia, ESCI-UPF plantea y apuesta por una formación que contribuya a la formación y realización de personas con actitudes y valores propios de profesionales del ámbito de los negocios y la gestión internacional.
2. COMPROMISO. La formación en ESCI-UPF se basa en un compromiso con los valores de integridad profesional y ética, respeto hacia las personas y las opiniones, solidaridad con los más desfavorecidos y progreso económico y humano sostenible.
3. CONTEMPORANEIDAD. La formación en ESCI-UPF debe tener a la sociedad actual como referente fundamental pero a la vez debe poder adaptarse a un mundo cambiante y a sus consecuentes retos.
4. TRANSVERSALIDAD. La capacidad de adaptación a ese entorno en constante transformación requiere contar con una visión global del mundo de los negocios y de la gestión.
5. MULTICULTURALIDAD. El salto de la esfera local a la esfera global requiere la incorporación de valores de respeto, sensibilidad, comprensión y gestión del multiculturalismo.
6. MULTILINGÜISMO. La consecución de estos principios exige el aprendizaje y consecuentemente la capacidad de comunicación de la manera más natural posible en varias lenguas, siempre desde la plena conciencia del valor individual de cada una de ellas.
7. COHERENCIA. Los propósitos detallados anteriormente requieren un esfuerzo sostenido y sistemático de coherencia en todos los ámbitos y niveles del proceso de formación.
8. FORMACIÓN PERMANENTE. En un entorno en constante transformación, los programas formativos se orientan a evidenciar la necesidad de apertura intelectual hacia nuevos conocimientos y a brindar la capacidad para adquirirlos en un proceso de constante formación continua.

PROGRAMAS FORMATIVOS

En 1994 se aprobó la adscripción de ESCI-UPF a la UPF y se acordó otorgar a la titulación del Graduado superior en comercio internacional la consideración de título propio de la UPF, iniciando su actividad académica en el curso 1994-95. En consonancia con la misión fundacional de ESCI-UPF y de sus objetivos generales, en 2001 se inició la programación de la Licenciatura de investigación y técnicas de mercado de segundo ciclo, también con una orientación internacional.

De la misma manera, ESCI-UPF viene desarrollando, desde 1999, distintos programas de formación de tercer ciclo para la capacitación profesional para la empresa internacional:

- Máster en International Business (desde 1999 hasta 2012)
- Curso Superior de Comercio Internacional (desde 1999)
- Máster en Gestión Internacional (desde 2004 hasta 2011)
- Máster en Retail Internacional (desde 2007)
- Máster en Marketing Digital Internacional (desde 2012)
- Máster en Comercio Exterior (desde 2011)

Como herencia directa de la especialización formativa de la institución, en el curso 2009-10 se inicia la programación del Grado en Negocios y Marketing Internacionales (GNMI) y en el 2012-13, del Máster Universitario en Negocios Internacionales / International Business (MScIB) (título conjunto con IDEC-UPF).

El GNMI, en el programa formativo de ESCI-UPF a nivel de grado que se presenta a continuación, y para el que se pide la acreditación en excelencia de la dimensión adicional de Desarrollo e inserción profesional. El modelo diferenciado de este programa se fundamenta en la calidad docente, la proximidad al alumno y una voluntad profesionalizadora de los estudios que, a su vez, se traducen en una combinación de teoría y práctica. En esta dirección, la titulación supone la interacción con el tejido productivo del territorio y fomenta, en sus diferentes ámbitos, la innovación y el emprendimiento.

La aceptación de los estudios del GNMI por parte de los estudiantes de nuevo ingreso ha sido considerable. De hecho, el GNMI aparece como una titulación plenamente consolidada y proyectada dentro de la UPF y en el panorama universitario español y, en este sentido, ha contado con una demanda que ha permitido cubrir el 100 % de las plazas ofertadas (110 cada curso académico), a pesar de no contar con financiación pública. A modo de ilustración, la demanda en primera opción sobre la oferta de plazas ha pasado de 1,06 (2009-10) a 1,59 (2015-16) y la demanda total, entre los mismos cursos, de 126 a 452. Así mismo, la calidad de los estudiantes de nuevo ingreso ha crecido año tras año hasta alcanzar una nota media de admisión de 10,41 y una nota de corte de 9,42 (Junio) en el curso 2015-16. Por otro lado, las tasas de eficiencia (superiores al 95 %), las de graduación (por encima del 75 %) y las de inserción laboral de los egresados en las distintas promociones antes de los 6 meses (entre el 78 y 89 %) así como la satisfacción con la formación recibida (7,9) y con el profesorado (8,2) avalan el éxito y la aceptación de una formación amplia y genérica, a la vez que profesionalizadora de los estudios.

CALIDAD

El centro tiene implantado un Sistema Interno de Garantía de la Calidad (6Q-SIGQt.ESCI-UPF) estable y maduro que se inscribe dentro del SGIQ de la UPF, cuyo diseño fue certificado por AQU según el programa AUDIT en 2011. El SGIQ del centro ha tenido revisiones completas, la última de ellas el curso 2014-15, y se está en proceso de completar otra.

INTERNACIONALIZACIÓN

Además de por su propia orientación, la vocación internacional de los estudios se confirma tanto por la tasa de estudiantes graduados que han participado en programas de movilidad (69,8 % en el curso 2015-16) como con la tasa de estudiantes internacionales (*exchange* y *visiting*) sobre estudiantes regulares (123 % en el curso 2015-16). Igualmente, mientras el número de convenios de intercambio académico vigentes en el curso académico 2009-2010 era de 13, para el curso 2015-2016 se ha situado en 26.

PROFESORADO

El total de profesores contratados doctores es de 7. El total de personal docente no doctor con contrato laboral es de 4. Finalmente, el número de profesores asociados (sin contar con la docencia en idiomas) es de 46, de los cuales, dos terceras partes proceden del ámbito profesional. Con todo, el porcentaje de docencia (ECTS / horas) impartida por profesorado que ostenta el título de doctor se sitúa ligeramente por encima del 50 %. Sobre esta cifra, prácticamente un 75 % es profesorado acreditado.

PROFESIONALIZACIÓN

La decidida apuesta por la combinación de teoría y práctica y la profesionalización de los estudios se traduce en la obligatoriedad de la Prácticas Externas (20 ECTS) dentro del plan de estudios, con dedicación exclusiva durante un período de 5 meses, en promedio. Para dar respuesta a los requisitos académicos y formativos de esta actividad, mientras durante la primera edición del programa de prácticas externas en el entorno del GNMI se ofertaron 96 plazas para un total de 76 estudiantes, en el curso 2015-16 se han publicado 164 plazas para un total de 93 estudiantes.

Habiéndose consolidado el programa de prácticas curriculares, el departamento de Prácticas de ESCI-UPF ha diseñado y desplegado un servicio de orientación profesional *Career Service* específico para los estudiantes del GNMI que se concibe como un programa integral en tanto que acompaña a los estudiantes desde el inicio del tercer curso hasta su completa integración, ya como graduados, en el mercado laboral. En consecuencia, el papel y los resultados del servicio de carreras deben analizarse por un lado, en torno al despliegue de la asignatura obligatoria de Prácticas externas y, por otro, durante el cuarto curso y hasta 6 meses posteriores a la graduación, a través de las prácticas externas extra curriculares y la asesoría de carreras profesionales.

DIMENSIÓN ADICIONAL 1. DESARROLLO E INSERCIÓN PROFESIONALES

A. PROGRAMA FORMATIVO PARA LA OCUPABILIDAD

El Grado en Negocios y Marketing Internacionales está enfocado claramente, desde su creación, concepción y desarrollo, para favorecer la inserción laboral de sus graduados por varias razones:

- La primera es el hecho que la institución que la imparte fue creada en 1993 por la Generalitat de Cataluña y la Universitat Pompeu Fabra, con el objetivo de: "*promocionar los estudios de comercio internacional dentro del ámbito territorial de Cataluña y el ejercicio de actividades docentes en esta materia mediante una escuela de negocios internacionales adscrita a la Universitat Pompeu Fabra*", con el objetivo de formar a los profesionales que ayudarían a la empresa catalana en su proceso de internacionalización.
- La segunda, la titulación actual es herencia directa de la especialización formativa de la institución que la imparte, la Escola Superior de Comerç Internacional (ESCI-UPF), centro adscrito a la Universitat Pompeu Fabra. ESCI-UPF impartía hasta el curso 2008-2009 el título de Graduado Superior en Comercio Internacional (GSCI), título propio de la UPF y la Licenciatura de Investigación y Técnicas de Mercado (ITM), de segundo ciclo. El GSCI era un programa original en el ámbito universitario español que se circunscribía a la formación dirigida a la gestión de los procesos de internacionalización de las empresas. El GSCI combinaba la formación integral en negocios y gestión internacional con el aprendizaje de idiomas y competencias relacionadas con temas culturales, políticos y sociales de las principales áreas económicas con las que las empresas de nuestro país tienen relaciones comerciales.
- La tercera, en el Grado en Negocios y Marketing Internacionales, tienen especial relevancia la trayectoria profesional del profesorado y la realización de prácticas externas obligatorias como base de su formación.
- De manera general, atendiendo a los objetivos formativos de la titulación y a la propia misión fundacional, la docencia de las asignaturas comunes de formación básica y obligatoria para todos los titulados se asigna en gran medida a profesores que cuentan con una titulación de doctorado y con un perfil académico (más de un 60 % de los ECTS y de las horas). En correspondencia, la actividad docente de asignaturas optativas recae significativamente en profesorado que tiene como dedicación principal su actividad profesional en el ámbito en el que imparte la docencia (prácticamente el 81 % de los ECTS y de las horas de formación optativa).
- La cuarta, los buenos resultados de inserción laboral de los graduados confirman la orientación hacia la ocupabilidad. Aun cuando los resultados generales de inserción laboral se presentan en la sección C) de este informe de autoevaluación y considerando

que los graduados de la primera promoción del GNMI constituirán la población objeto de análisis de ocupabilidad por titulaciones en el próximo curso por parte de AQU, se presenta, a modo de ilustración, el nivel de ocupabilidad de los graduados relativo a la titulación que precedió al GNMI (encuestas de inserción laboral de AQU 2007 y 2010) y el nivel de ocupabilidad de las 3 primeras promociones del GNMI (encuesta propia de ESCI-UPF, 2013,2014,2015) en la siguiente tabla. Se debe tener en cuenta que la encuesta desarrollada por ESCI-UPF se realiza a los seis meses de la graduación mientras que la encuesta de AQU se realiza pasados tres años de finalizar los estudios. A pesar de esta diferencia, el nivel de ocupabilidad de los graduados de ESCI-UPF, tanto en las titulaciones iniciales (GSCI e ITM) como en el grado actual (GNMI), es muy alto.

Tabla 1. Nivel de ocupabilidad de los graduados de ESCI-UPF

Estatus de inserción (Nivel de ocupabilidad - % ocupados)	
Grado Negocios y Marketing Internacionales (encuesta propia – a los 6 meses de graduarse)	
GNMI – Promoción 2015	87,5 %
GNMI – Promoción 2014	89 %
GNMI – Promoción 2013	78 %
Referente AQU 2014 (promoción 2010 – a los tres años de graduarse)	
AQU – Grado Superior en Comercio Internacional	96,55 %
AQU – Economía y ADE	91,92 %
AQU – Social	85,59 %
Referente AQU 2010 (promoción 2007 – a los tres años de graduarse)	
AQU - Grado Superior en Comercio Internacional	80 %
AQU – ITM	83,3 %
AQU – Economía y ADE	80,56 %
AQU - Social	80,56 %

- La quinta es el nivel de adecuación de la titulación a los requisitos del trabajo actual. La siguiente tabla muestra esta información para las tres promociones graduadas del GNMI y el valor del GSCI, respecto a los valores de referencia en AQU 2014.

Tabla 2. Nivel de adecuación de la titulación a los requisitos del trabajo actual

	Titulación específica	Titulación universitaria	Ninguna titulación
Grado Negocios y Marketing Internacional (encuesta propia)			
GNMI – Promoción 2015	53 %	40 %	7 %
GNMI – Promoción 2014	64 %	32 %	4 %
GNMI – Promoción 2013	58 %	34%	8 %
Referente AQU 2014 (promoción 2010)			
AQU – Grado en Comercio Internacionales	52 %	28 %	20 %
AQU – Economía y ADE	56 %	24 %	20 %
AQU – Social	55 %	16 %	29 %

Así pues, podemos ver que el nivel de inserción laboral de los graduados de ESCI-UPF es muy alto; y que el nivel de adecuación de los trabajos con la titulación universitaria es también muy alto.

a) ORIENTACIÓN / ENFOQUE DEL PROGRAMA FORMATIVO

El plan de estudios del Grado en Negocios y Marketing Internacionales (GNMI) se configura en base a cinco grandes agrupaciones temáticas:

- Asignaturas de dirección, gestión, negociación y comercialización internacionales a fin de adquirir las competencias, los conocimientos y las técnicas necesarias para operar en las distintas áreas de una organización económica;
- Asignaturas de análisis económico y entorno cultural, geográfico y jurídico internacionales con el objetivo de adquirir un conocimiento y desarrollar una comprensión crítica del funcionamiento de la economía internacional y de sus instituciones así como el desarrollo de la habilidad para comprender y reconocer la dimensión geopolítica, social, cultural y jurídica de las actividades económicas;
- Asignaturas de lengua extranjera a fin de desarrollar una buena competencia en la comprensión y expresión escrita y oral en la lengua de elección;
- Asignaturas transversales englobando materias instrumentales y metodológicas;
- Prácticas externas (de carácter obligatorio) y Trabajo de fin de grado como integración de las habilidades, capacidades y conocimientos adquiridos a lo largo de la formación y su traslación práctica a un entorno profesional y a un trabajo formal de síntesis.

La combinación de asignaturas, prácticas profesionalizadoras y trabajo de fin de grado, su organización secuencial, la intensa acción tutorial y un decidido fomento de la

internacionalización personal y curricular del estudiante impulsan la consecución de los objetivos generales de la titulación, que son:

Objetivo 1: Asegurar la capacidad de adaptación y versatilidad en cualquier área de una empresa o institución que desarrolle una actividad en el ámbito internacional, tanto en entornos multiculturales como multidisciplinares;

Objetivo 2: Promover la predisposición para los negocios en la esfera global;

Objetivo 3: Fomentar la capacidad para las relaciones sociales, especialmente en un entorno internacional;

Objetivo 4: Ofrecer una formación amplia y transversal que incluya conocer el funcionamiento de las distintas áreas de gestión de una empresa;

Objetivo 5: Proporcionar una formación general y transversal con una clara vocación profesional;

Objetivo 6: Promover una formación contemporánea, adaptada a las necesidades de las organizaciones actuales y, simultáneamente, receptiva y adaptable a las constantes transformaciones del entorno;

Objetivo 7: Promover una formación continua;

Objetivo 8: Garantizar un buen dominio de la expresión escrita y oral en público en lengua catalana y castellana;

Objetivo 9: Asegurar la competencia escrita, oral y receptiva en lengua inglesa (en cumplimiento del artículo 211 de la Ley 2/2014 de 27 de enero (DOGC 6551 de 30.1.2014) así como la suficiencia de una segunda lengua extranjera (alemán, chino mandarín, francés, japonés o ruso);

Objetivo 10: Asegurar que toda la formación se acompañe de una consolidación en valores de justicia social, igualdad, tolerancia y respeto así como de criterios de sostenibilidad y respeto al medio ambiente.

i) Evidencias de la realidad profesional que fundamenta el programa

La realidad profesional que fundamenta el programa del GNMI se configura en base a tres puntos:

(1) Las evidencias de la realidad profesional que nos proporcionan las empresas participantes en el Programa de *Career Service*

El programa de *Career Service* permite conocer las características de los puestos demandados por las empresas, así como la adecuación de nuestros estudiantes y graduados a los mismos, gracias a las ofertas de prácticas y laborales publicadas,

así como de los informes que los tutores de empresa cumplimentan cada vez que acogen un estudiante en prácticas. Esta información queda reflejada en los Informes Anuales del Programa de Prácticas Curriculares (Cursos 2011-2012, 2012-2013, 2013-2014, 2014-2015 y 2015-2016), en los Informes Anuales de Prácticas Extracurriculares (2012-2013, 2013-2014, 2014-2015 y 2015-2016) y en el documento de evaluación competencial de los estudiantes por parte de los tutores de empresa (2011-2012, 2012-2013, 2013-2014 y 2014-2015), que se explicará con detalle más adelante.

Esta información se analiza para identificar posibles diferencias entre las competencias solicitadas por las empresas y el nivel de competencia adquirido por nuestros estudiantes.

(2) Adecuación constante del programa formativo a las necesidades del entorno laboral

La comisión de coordinación académica, formada por el director de ESCI-UPF, el gerente, el jefe de estudios, la directora del departamento de *Career Service*, el director de comunicación, los coordinadores de área y coordinadores de curso y la jefa de administración, recoge y valora sistemáticamente información relativa a las fortalezas y los puntos débiles del programa y de los estudiantes en prácticas procedente de las empresas que los acogen, a través del Informe Anual del Programa de Prácticas Curriculares y del Informe Anual de Prácticas Extracurriculares. Todos estos puntos, conjuntamente con el Informe Propio de Inserción Laboral, fundamentan la reflexión y la destilación de propuestas de mejora del programa.

(3) Referentes externos y estudios propios

Tanto en el diseño inicial del GNMI como en posteriores mejoras del programa, ESCI-UPF ha considerado propuestas como las incluidas en el estudio La Universidad y la Empresa Española, realizado por la Fundación Conocimiento y Desarrollo, 2005 en que aparecían las principales carencias que las empresas detectaban en los titulados que se incorporaban a las mismas: la formación práctica, las habilidades directivas, la capacidad de comunicarse eficazmente, la capacidad de gestión y de comunicación y el conocimiento de idiomas.

El interés de nuestra institución por conocer de primera mano los requerimientos de las empresas y el encaje de nuestros graduados en el mercado laboral nos llevó en el 2014 a realizar un estudio de campo "Perfiles y competencias para la internacionalización" (ESCI-AMEC, 2014). ESCI-UPF en compañía de AMEC llevó a cabo una investigación en el que un grupo representativo de empresas

catalanas del sector industrial analizó y definió las competencias específicas que esperan de los profesionales de la gestión internacional, tanto para perfiles junior como senior. Los resultados refuerzan la línea en la que ESCI-UPF viene trabajando, demostrando que la apuesta por una formación basada en competencias como la autonomía, el trabajo en equipo, el compromiso y la visión empresarial, se convierten en pieza clave para el ajuste entre profesionales y empresas y que aspectos formativos como los idiomas, el comercio internacional, el conocimiento técnico del productos y el marketing son herramientas muy potentes en la solución a los problemas diarios de la dinámica de los negocios internacionales.

Todas estas habilidades y conocimientos detectados en ambos estudios, están incluidos en el currículum del programa académico del GNMI y además, son aspectos transversales en la formación en ESCI-UPF y que se hacen explícitos en el día a día de la dinámica académica.

ii) Nivel de institucionalización de la conexión programa formativo-mercado laboral

El nivel de institucionalización de la conexión del programa formativo con el mercado laboral queda reflejado en tres momentos; el primero, en el momento de creación de ESCI-UPF con la composición del patronato de ESCI-UPF; en una segunda instancia, en la composición de la comisión de programación de estudios de GNMI; y finalmente, en la actualidad, con la red de empresas colaboradoras de ESCI-UPF y empresas que participan en el programa de prácticas.

A continuación se detalla cada uno de estos niveles de institucionalización:

(1) El Patronato de ESCI-UPF y su composición

ESCI-UPF se constituye como un consorcio público creado por la Universitat Pompeu Fabra y por la Generalitat de Cataluña. El Patronato siempre ha considerado imprescindible incluir en los planes de estudio a nivel de grado un período de prácticas obligatorio como catalizador de la posterior inserción laboral de los estudiantes. Así se ha constituido tanto en el anterior título GSCI como en el grado actual GNMI.

Los miembros del Patronato de ESCI-UPF, órgano superior de gobierno del consorcio, son los siguientes:

- Sr. Jordi Baiget i Cantons, conseller d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya, presidente de ESCI-UPF
- Sr. Jaume Casals Pons, rector de la Universitat Pompeu Fabra, vicepresidente de ESCI-UPF

- Sra. Núria Betriu Sánchez, consejera delegada de la Agència per a la Competitivitat de l'Empresa Catalana (ACCIÓ), en representación de la Generalitat de Catalunya
- Sra. Montserrat Vilalta Cambra, directora general de Comercio de la Generalitat de Catalunya, en representación de la Generalitat de Catalunya
- Sr. Josep Pallarès Marzal, director general de Universitats, en representación de la Generalitat de Catalunya
- Sr. Miquel Valls Maseda, presidente, en representación de la Cambra de Comerç de Barcelona
- Sr. Marià Galí i Segués, presidente de la Cambra de Terrassa, en representación del Consell General de Cambres de Catalunya
- Sra. Teresa García Milà, subdirectora del Dpt. d'Economia i Empresa, en representación de la Universitat Pompeu Fabra
- Sr. Jaume Badia i Pujol gerente de la UPF, en representación de la Universitat Pompeu Fabra
- Sr. Ramón Vila i Solé, vocal, en representación de Pimec
- Sr. Josep M. Rosanas i Martí, exconsejero académico de ESCI-UPF
- Sr. Xavier Cuadras Morató, director de ESCI-UPF
- Sr. Nacho Dualde Lopez, gerente de ESCI-UPF, secretario del patronato

(2) El diseño del GNMI

De plena conformidad con el Patronato de ESCI-UPF, para el diseño del Plan de Estudios del Grado en Negocios y Marketing Internacional, se creó la comisión de programación de estudios (CPE), formada por miembros académicos y por profesionales en activo del ámbito de los negocios y marketing internacional, que, además de tener un reconocido prestigio por su carrera profesional, eran conocedores de primera mano de la realidad de la gestión internacional de la empresa.

Los miembros de la CPE fueron: Xavier Cuadras Morató (Director de ESCI-UPF), Jordi Puig Gabau (como Jefe de estudios y Jefe de relaciones internacionales de ESCI-UPF), Ramón Xifré Oliva (como Coordinador de Segundo Curso del GSCI de ESCI-UPF), Oriol Castells Ferrer (como Profesor del GSCI, antiguo alumno del GSCI y Director de Venta-Trade en América Latina), Antoni Rovira Benet (como Gerente de ESCI-UPF), Teresa Bigordà Amat (como representante de una institución miembro del Patronato de ESCI-UPF y directora de Formación, Comercio y Turismo de la Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona), Montserrat Oliveras (como representante adicional de una institución miembro del Patronato de ESCI-UPF y coordinadora de programas del

ámbito de la internacionalización de la Cambra de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona), Josep Maria Orduña Ponti (como representante del Consell Social de la UPF y Director de Recursos Humanos de Nutrexpa) y Laura Malo Titos (como estudiante del GSCI).

(3) Red de empresas

Desde su inicio, ESCI-UPF ha contado con diversas entidades y empresas que han actuado como patrocinadoras o consorciadas; entre las que destacan: Autoridad Portuaria de Barcelona, Cámara de Comercio de Barcelona, Consejo de Cámaras de Catalunya, Chupa Chups, Damm, Escola del Treball del Ripollès, Esteve Química, Fluidra, Pimec, Mango, El Periódico, AMEC, Soler i Palau, EcoEmbes, Covides, Gremi de Fabricants de Sabadell, Moritz, Mercabarna, Coordonné, Anceco, Amec…

Con estas empresas e instituciones patrocinadoras o consorciadas, ESCI-UPF firma un convenio marco de colaboración que abarca diversas posibilidades de implicación: desde la incorporación de estudiantes en prácticas (tanto curriculares como extracurriculares), disponibilidad de un equipo de investigadores expertos en economía y empresa internacional, realización de trabajos de innovación interna o abierta, formación *In Company* hasta la gestión de ofertas de empleo.

Además de las empresas que forman parte del Patronato de nuestra institución o que han firmado un convenio marco de cooperación, ESCI-UPF cuenta con un creciente número de empresas (más de 800 desde la creación del GNMI) que nos contactan directamente para gestionar plazas de prácticas y ofertas laborales, para realizar estudios e investigaciones o para realizar formación en aspectos específicos de negocios internacionales o de operativa internacional.

Son empresas tanto locales, como internacionales, algunas operan en diversos países de Europa y, en menor medida, en otros países como Singapur, China, Argentina o México. Los sectores a los que pertenecen son diversos: Un elevado porcentaje pertenece al sector industrial, pero también es importante el sector servicios, donde se incluyen empresas dedicadas a marketing y comunicación, consultoría de internacionalización, retail, banca, logística o finanzas. De entre éstas, algunas son multinacionales, otras pymes y/o Start Up's, lo cual evidencia las diversas áreas en las que encajan nuestros perfiles y la riqueza de la información que obtenemos de cada uno de estos sectores.

iii) Estatus de las prácticas externas en el plan de estudios

El departamento de *Career Service* de ESCI-UPF ha diseñado y desplegado un servicio de orientación profesional específico para los estudiantes del GNMI y lo ha vinculado al programa de Prácticas Externas Curriculares y el programa de prácticas extracurriculares: el *Career Service Program*.

El *Career Service* de ESCI-UPF se concibe como un programa integral que acompaña a los estudiantes del GNMI desde el inicio del tercer curso con la asignatura obligatoria de Prácticas Externas hasta su completa integración como graduados en el mercado laboral.

La asignatura obligatoria de Prácticas Externas recoge la experiencia profesionalizadora que con gran éxito se implementó en el título propio Graduado Superior en Comercio Internacional desde su creación hasta el año 2013.

La asignatura obligatoria de Prácticas externas se ubica en el tercer trimestre del tercer curso de GNMI y se concibe como una actividad formativa a tiempo completo. Su ubicación supone haber superado la mayor parte de las asignaturas básicas y obligatorias, y una parte de las optativas para garantizar que los estudiantes hayan adquirido un mínimo de conocimientos y desarrollado parte de las competencias. El carácter obligatorio de la actividad, la dedicación y la duración de la colaboración con una empresa durante un mínimo de tres meses a tiempo completo posibilitan una incorporación real y completa en el entorno laboral.

En tanto que se trata de una experiencia profesional, la práctica externa debe permitir que el estudiante construya una visión propia e integral del funcionamiento de una empresa u organización, que le permita trabajar y adaptarse a un entorno de trabajo dinámico e internacional y en el que pueda ser partícipe en la toma de decisiones y en procesos de negociación.

Esta experiencia profesional durante el tercer curso posibilita que el estudiante entienda mejor las estrategias y técnicas presentadas en las asignaturas de cuarto curso, así como, su aplicabilidad real. Además, opcionalmente, el estudiante puede seguir adquiriendo experiencia profesional en el cuarto curso a través de prácticas extracurriculares.

A continuación, se describe más detalladamente el estatus de las prácticas en el Plan de Estudios del Grado en Negocios y Marketing Internacionales de ESCI-UPF.

(1) Obligatoriedad de las Prácticas

En el Plan de Estudios del Grado en Negocios y Marketing Internacionales de ESCI-UPF está prevista una asignatura de prácticas obligatoria: la asignatura de

Prácticas Externas obligatoria de 20 créditos ECTS que se ubica en el tercer trimestre de tercer curso, y que tiene como requisito académico, la superación previa del 50 % de los créditos del grado.

(2) Peso (ECTS)

Todos los estudiantes del Grado en Negocios y Marketing Internacional tienen que cursar la asignatura de Prácticas Externas obligatoria de 20 créditos ECTS, en la que los estudiantes tienen que trabajar un mínimo de 450 horas a tiempo completo con una empresa, y realizar un trabajo académico equivalente a 50 horas.

(3) Plan de prácticas

El *Career Service* de ESCI-UPF se concibe como un programa integral que acompaña a los estudiantes del GNMI desde el inicio del tercer curso hasta su completa integración como graduados en el mercado laboral.

El papel y los resultados del *Career Service* deben analizarse, por un lado, en torno al despliegue de la asignatura obligatoria de Prácticas Externas (tercer trimestre del tercer curso) y, por otro, durante el cuarto curso y hasta 6 meses posteriores a la graduación, a través de las Prácticas externas extracurriculares y la asesoría de carreras profesionales.

A continuación, presentamos la estructura del programa de *Career Service*, para ir explicando con detalle cada una de las etapas en los correspondientes apartados del autoinforme.

- Primera etapa: Asignatura de Prácticas Externas

Se desarrolla durante el tercer curso del GNMI. Consta de tres fases que se explican con detalle en este mismo apartado.

- Segunda etapa: Prácticas Extracurriculares

Proporciona un acompañamiento y asesoría de carreras profesionales a los estudiantes de cuarto curso del GNMI, para conseguir su transición definitiva al mundo profesional una vez hayan finalizado sus estudios, dando apoyo en la búsqueda de ofertas laborales o prácticas extracurriculares que encajen en el perfil de cada estudiante.

- Tercera etapa: *Become Alumni*

Se despliega cuando el estudiante se gradúa y se convierte en *alumni*. Es un servicio que da orientación profesional personalizada y gratuita que está

disponible para todos los graduados que lo soliciten. Incluye asesoría en cuanto a *Personal Branding* como servicio de Bolsa de Trabajo

En este apartado nos centraremos a describir en detalle la primera etapa que es la que corresponde a la realización de la asignatura obligatoria de Prácticas externas.

Los objetivos formativos, las competencias a trabajar, la organización y la programación de la asignatura Prácticas Externas se desarrollan y plasman en el plan docente de la asignatura de Prácticas Externas (Curso 2014 2015)

En este sentido, el Plan de prácticas tiene como objetivos:

- permitir a los estudiantes aplicar y complementar los conocimientos adquiridos en su formación académica, favoreciendo la adquisición de competencias y habilidades que los preparen para el ejercicio de sus actividades profesionales;
- propiciar un autoconocimiento personal que les permita desarrollar herramientas y habilidades clave en los procesos de selección y,
- facilitar a través de las prácticas, su incorporación al mundo laboral.

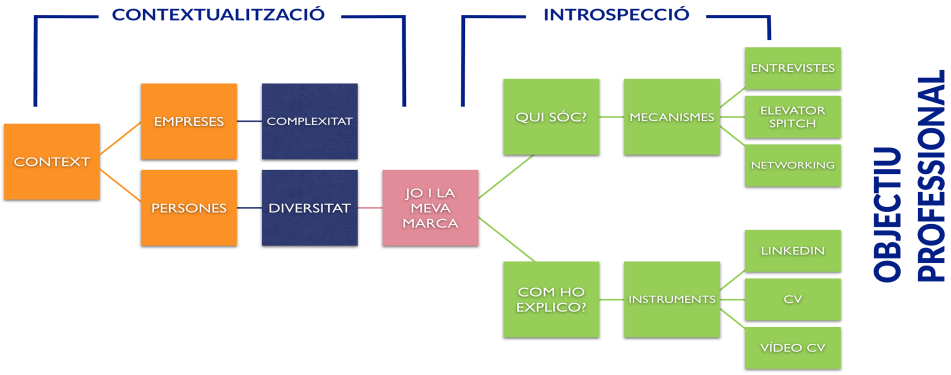
Para cumplir con estos objetivos, la asignatura de Prácticas Externas, se estructura en tres fases claramente diferenciadas:

FASE 1 – Preparación para afrontar el mercado laboral

El objetivo de esta primera fase es preparar al estudiante para afrontar el mercado laboral, a partir del conocimiento del mercado laboral actual y del autoconocimiento personal y la creación de su marca personal, y finalmente, la plasmación del mismo en herramientas prácticas (CV, vídeo-CV, herramientas de comunicación para afrontar procesos de selección).

Esta primera fase se estructura a partir de clases magistrales (6 horas), seminarios (4 horas) y tutorías individuales (*one-to-one assessment*) con la profesora de la asignatura que orienta y asesora de forma individual (Evidencia de la asesoría individual – Tutorías iniciales del curso 2014 2015)

El contenido de las sesiones magistrales, se muestra en el siguiente diagrama.



El trabajo realizado en las sesiones magistrales (8 horas) se plasma, de forma práctica, en cuatro seminarios (4 horas) en los que se trabaja:

- *Role-play* de entrevistas
- El vídeo-CV
- Identidad Digital
- *Elevator Pitch*

Al final de esta primera fase, cada estudiante tiene un mejor conocimiento de sí mismo y ha construido un kit de habilidades y de recursos para afrontar la segunda fase, a saber:

- Un CV (formato CV)
- Un vídeo-CV
- Un perfil de LinkedIn que ESCI-UPF potencia a través de la página universitaria de ESCI-UPF, y su link directo a través de la página web: http://www.esci.upf.edu/es/empresa/alumnos-esci-upf-en-tu-empresa/

FASE 2 – Proceso de búsqueda activa de la empresa u organización, fomentando la búsqueda autónoma y ofreciendo una bolsa de trabajo propia (ESCI-UPF)

El objetivo de esta segunda fase es que todos los estudiantes de la asignatura consigan una empresa u organización donde realizar las prácticas, y que esta empresa u organización sea la más adecuada a su perfil. Además, en esta segunda fase se busca replicar el proceso de búsqueda de empleo de una forma realista, en la que los estudiantes deben decidir a qué empresas enviar el CV, las empresas realizan el proceso de selección de forma autónoma (e independiente de la universidad) y los estudiantes deben decidir y comprometerse con las empresas.

Al finalizar de esta fase, cada estudiante tiene asignada una empresa u organización donde desarrollar el proyecto formativo validado académicamente. A efectos prácticos, el estudiante habrá firmado un convenio de cooperación

educativa (Curso 2014-2015) y una carta de compromiso con ESCI-UPF (Curso 2014-2015) en los que se reconocen los derechos y deberes académicos y profesionales asumidos con la firma del convenio de cooperación educativa y que se desarrollaran en la tercera fase.

El proceso que vive el estudiante en esta fase es individual, y el estudiante tendrá el acompañamiento constante de la profesora de la asignatura a través de tutorías voluntarias en cualquier momento que el estudiante necesite, y a través de una tutoría obligatoria en la que la profesora de la asignatura entrega personalmente el convenio al estudiante, le explica el proyecto formativo y los compromisos que tiene que cumplir durante el periodo de prácticas.

Proceso de búsqueda activa:

Desde ESCI-UPF se anima a los estudiantes a iniciar el proceso de búsqueda activa de la vacante de prácticas de forma autónoma, antes de activar la bolsa de trabajo ESCI-UPF y en paralelo al mismo. Este proceso de búsqueda autónoma es altamente recomendable porqué supone:

- Un aprendizaje y primera toma de contacto con el proceso de búsqueda de oportunidades laborales.
- Una oportunidad para aplicar todo el conocimiento adquirido en la primera fase de "Preparación para afrontar el mundo laboral".
- ESCI-UPF orienta y acompaña al estudiante durante el proceso de búsqueda autónoma activa y valida las oportunidades o vacantes de prácticas que encuentra el estudiante para certificar que cumplen los requisitos académicos.

Bolsa de prácticas ESCI-UPF:

Desde principios de diciembre y hasta finales de marzo, ESCI-UPF publica semanalmente ofertas o vacantes de prácticas en la *intranet* de la asignatura.

Origen de las prácticas:

ESCI-UPF tiene una base de datos de más de 800 empresas colaboradoras. A principios de noviembre contactamos con las empresas para comunicarles que activaremos la bolsa de prácticas obligatorias y les animamos a enviarnos las vacantes que tengan en ese momento o que tengan previsto activar a partir del mes de abril.

Proceso de validación de las prácticas:

La empresa debe cumplimentar un formulario propio de oferta de prácticas, con el detalle de sector, departamento en el que el estudiante desarrollará las prácticas, proyecto formativo (tareas a realizar), fecha de inicio y fin, horario, idiomas requeridos y otras habilidades o capacidades solicitadas.

El formulario recibido es validado por el departamento de *Career Service* y una vez validado, se publica en la *intranet* de la asignatura en AulaESCI.

Funcionamiento de la bolsa de trabajo de prácticas ESCI-UPF:

PUBLICACIÓN OFERTAS

Las ofertas se publican semanalmente en el espacio Prácticas externas" de AulaESCI. Cada oferta tiene un número de identificación, y en ella se describe las características de la posición (formulario cumplimentado por las empresas y validado académicamente).

VIGENCIA E INSCRIPCIÓN A LAS OFERTAS

Las ofertas están activas durante una semana. Durante este período el estudiante tiene tiempo de revisarlas y de inscribirse a las posiciones que se adapten a su perfil enviando el CV al espacio asociado a cada oferta.

ENVIO DE LOS CV'S A LAS EMPRESAS Y PROCESO DE SELECCIÓN.

Cuando finaliza el periodo de vigencia de las ofertas, ESCI-UPF envía los CV's de los estudiantes interesados a cada empresa y, a partir de ese momento, es la empresa la que continua el proceso de selección.

CIERRE DE UNA OFERTA

Cuando la empresa finaliza el proceso de selección, comunica al estudiante seleccionado su decisión, y éste debe decidir si acepta la oferta de la empresa (en un breve periodo de tiempo). ESCI-UPF comunica el cierre de la oferta a través de la intranet

Aunque más adelante se explicará con detalle el programa de prácticas extracurriculares, complementario al programa de prácticas obligatorias, conviene destacar el volumen de ofertas y de convenios extracurriculares que se extienden más allá de la formación reglada, con una colaboración con la empresa extracurricular, y que explican el éxito del programa y la continuidad que facilita al estudiante y a la empresa. Para la empresa, representa una ventaja poder contar con una misma persona durante un periodo prolongado de tiempo y para el estudiante es una oportunidad inigualable para acumular experiencia y complementar su formación académica antes de enfrentarse de lleno al mundo laboral en el momento de graduarse.

FASE 3 – Período de colaboración con la empresa u organización:

La tercera fase se desarrolla durante el periodo de colaboración del estudiante con la empresa. En esta fase, los estudiantes entran en el mundo laboral por primera vez como profesionales en negocios y marketing internacionales, a través de un convenio de cooperación educativa. Los requisitos académicos indican que deben hacerlo por un período mínimo de tres meses a tiempo completo, ampliable durante los meses de verano.

Durante este periodo, el estudiante tiene dos personas de referencia: el tutor de empresa y el tutor académico. El tutor de empresa guiará y orientará al estudiante en el desarrollo del proyecto formativo pactado y validado en el convenio de cooperación educativa. Al finalizar el período de colaboración, el tutor de empresa evaluará el desempeño del estudiante en la empresa, a través de un formulario que se explicará en el siguiente apartado.

El tutor en ESCI-UPF, en tanto que ha validado el proyecto formativo y realiza un seguimiento y evaluación académica, actúa como garante y referente académico. El seguimiento académico de las prácticas en esta tercera fase se confirma, por un lado, formalmente, mediante la entrega de dos documentos: la memoria académica (Curso 2014-2015) y el informe de seguimiento (Curso 2014-2015) y, por otro, a través contactos informales con los estudiantes, vía correo electrónico.

(4) Evaluación de las prácticas externas: procedimientos y resultados

(a) Procedimientos

La evaluación de las prácticas curriculares viene condicionada por la regulación académica establecida en Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, por el que se regulan las prácticas académicas externas de los estudiantes universitarios. El Real Decreto determina que las prácticas deben evaluarse, como mínimo, a través de una memoria final del estudiante y de un informe por parte del tutor de empresa. En este sentido, la evaluación de la asignatura de Prácticas Externas en el GNMI se configura atendiendo a esta regulación y a las distintas etapas en las que se estructura su programación.

(b) Convocatoria en curso

La evaluación en curso se basa en actividades de evaluación continua y actividades de evaluación de síntesis. Los elementos de evaluación son los siguientes:

- Fase 1 y 2 (5 % de la calificación final) - Durante la primera fase, se valora la participación en las actividades realizadas en clase (elaboración del CV y del vídeo CV y talleres) y la reflexión y la propia definición y creación de una marca personal y su correspondiente plasmación en los dos soportes indicados. Durante la segunda fase el director del programa de prácticas valora la actitud del estudiante atendiendo a la apreciación sobre el grado de profesionalidad mostrado durante el proceso de búsqueda de la empresa u organización (proactividad, número de candidaturas presentadas, cumplimiento de plazos, respuestas a ofertas en tiempo razonado…). Estas dos fases permiten constatar el desarrollo de competencias tales como: la capacidad para afrontar y resolver problemas o tomar decisiones ante situaciones cambiantes, organizar las actitudes y planificar conductas.
- Informe competencial por parte del tutor externo en la fase 3 (50 % de la calificación final; no se requiere un mínimo de puntuación) – La valoración de la actividad formativa desarrollada en la empresa por parte del tutor avala la consecución tanto de los resultados formativos (crear una visión propia integral del funcionamiento o negocio; trabajar y adaptarse a equipos y entornos dinámicos e internacionales y tomar decisiones en entornos complejos y en procesos de negociación) como de las competencias generales y específicas asociadas a la asignatura.

En el siguiente cuadro se presenta el informe que debe cumplimentar el tutor de empresa para evaluar al estudiante.

INFORME EVALUACIÓN DEL TUTOR DE EMPRESA

1. EVALUA LAS COMPETENCIAS ADQUIRIDAS POR EL ESTUDIANTE (Escala 1 al 10. Marcar con una X)

Competencias	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Capacidad técnica										
2. Capacidad de aprenendizaje										
3. Capacidad para afrontar y resolver problemas										
4. Capacidad de organización y planificación										
5. Receptividad a las críticas										
6. Capacidad de trabajo en equipo										
7. Creatividad y iniciativa										
8. Discreción										
9. Relación con el entorno laboral										
10. Puntualidad										
11. Implicación personal y motivación										
12. Habilidades de comunicación oral y escrita										
13. Sentido de la responsabilidad										
14. Autonomía en la toma de decisiones										
15. Nivel de inglés										
16. Nivel del idioma requerido por la empresa (idioma:_____)										
17. Capacidad para analizar datos económicos y financieros										
18. Capacidad para entender el modelo de negocio de la empresa										
19. Capacidad para la toma de decisiones en situaciones reales						`				

2. RESUMEN DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS

3. ¿QUÉ FORMACIÓN ADDICIONAL CONSIDERA QUE NECESITARIA EL ESTUDIANTE? (Propuestas de mejora)

4. ¿CONSIDERA AL ESTUDIANTE APTO PARA SU ORGANIZACIÓN? ¿Por qué?

Únicamente la memoria final de Prácticas externas tiene la consideración de evaluación de síntesis. Su evaluación, a cargo del tutor académico (45 % de la calificación final) se fundamenta en los siguientes aspectos:

- Memoria final – el estudiante debe presentar una descripción del proyecto formativo desarrollado, así como una reflexión sobre las habilidades y las competencias desarrolladas, la vinculación de lo vivido en la empresa con los aprendizajes desarrollados en la carrera hasta el momento y finalmente, una reflexión sobre la posible extensión de su experiencia a un trabajo final de grado aplicado.

Estructura de la memoria académica:

MEMORIA FINAL DE LA ASIGNATURA DE PRÁCTICAS EXTERNAS

ESTRUCTURA

a. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

b. DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LAS TAREAS DESARROLLADAS (EN EL PROYECTO FORMATIVO)

c. RELACIÓN DE PROBLEMAS O RETOS PLANTEADOS Y LA FORMA EN LA QUE SE HAN AFRONTADO Y SOLUCIONADO

d. VALORACIÓN ACADÉMICA:

Valoración de las aportaciones que, en materia de aprendizaje, han supuesto las tareas desarrolladas en el proyecto formativo, relacionándolos con los conocimientos y las competencias adquiridas en los estudios universitarios.

Identifica una o dos propuestas de trabajo de fin de grado, que se puedan derivar de tu periodo de prácticas (aplicables a esta empresa o a otra)

e. EVALUACIÓN GLOBAL DEL PERIODO DE PRÁCTICAS EXTERNAS Y PROPUESTAS DE MEJORA.

ANEXO 1. AUTOAVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

La evaluación de la memoria la realiza la profesora responsable de la asignatura y tutora académica de las prácticas.

- Informe de seguimiento – para orientar al estudiante en la redacción de la memoria final se requiere una presentación parcial a principios de junio de los apartados 1 y 2 de la memoria, y se le pide al estudiante que haga una autoevaluación de las competencias por las qué será evaluado por el tutor académico; de esta forma, el estudiante es más consciente de las competencias que debe desarrollar y reflexionará sobre el nivel de cumplimento en ese momento. La tutora académica realizará la evaluación y valoración cualitativa, con recomendaciones y orientaciones de mejora con vistas a la entrega final de la memoria.

La entrega del informe de seguimiento y de la memoria final son requisitos imprescindibles para poder obtener una calificación final.

(c) Criterios de recuperación

Los elementos de evaluación continua no son recuperables. El único elemento de evaluación de síntesis susceptible de ser recuperado es el correspondiente a la memoria final. Esta memoria final podrá volver a

presentarse en las fecha de recuperación establecidas en el plan docente (principios de septiembre).

(d) Relación entre elementos de evaluación y competencias evaluadas

Finalmente, y para complementar la presentación del sistema de evaluación, la siguiente tabla muestra **la relación entre los elementos de evaluación definidos y el trabajo y la evaluación de competencias y de resultados de aprendizaje** asociados a la asignatura de Prácticas Externas.

Tabla 3. Resultado de cumplimento competencial de la asignatura de Prácticas Externas

Competencias	Evaluación actividades fase 1 y 2 (5 %)	Memoria final (apartados) (45 %)	Informe tutor empresa (competencia evaluada en informe) (50 %)
Competencias genéricas			
Instrumentales			
G.I.1	X	1 y 2	17
G.I.2		1 y 2	18
G.I.3		1 y 2	4
G.I.4	X	1 y 2	3
G.I.5	X	1 y 2	13, 14
G.I.6		1 y 2	12
Genéricas personales			
G.P.1		3 y 4	6, 8, 9
G.P.2	X	3 y 4	5, 8
G.P.3		3 y 4	8,10,11,13
G.P.4		3 y 4	5, 6
G.P.5	X	3 y 4	19
Genéricas sistémicas			
G.S.1		3 y 4	7
G.S.2		3 y 4	2
G.S.3	X	3 y 4	19
G.S.5	X	3 y 4	2, 18
G.S.6		3 y 4	7
Para la aplicabilidad			
G.A.1		1 y 2	19
G.A.2		1 y 2	19
G.A.3	X	1 y 2	1, 14
G.A.4	X	1 y 2	6
G.A.5		1 y 2	18

Competencias específicas			
Profesionales			
E.P.5		1 y 2	12
E.P.8		1 y 2	19
E.P.9		1 y 2	17
E.P.10		1 y 2	1,
E.P.15	X	1 y 2	19
E.P.16	X	1 y 2	19
E.P.19		1 y 2	1
E.P.20		1 y 2	19
E.P.22	X	1 y 2	19

Teniendo en cuenta la orientación internacional de gran parte de los proyectos formativos asociados al periodo de prácticas, se pide además, a los tutores que evalúen la competencia lingüística en inglés y, eventualmente, en otra lengua, si la empresa ha requerido el conocimiento de la misma (competencias 15 y 16 del informe del tutor).

A fin de ilustrar la alta adecuación de los sistemas de evaluación implementados en la asignatura Prácticas externas para valorar el logro de las competencias y los resultados de aprendizaje se incluyen como evidencias una selección de las pruebas evaluativas cubriendo todo el espectro de calificaciones obtenido. Se incluyen como evidencias las rúbricas de evaluación y las muestras de las ejecuciones de cada prueba evolutiva (memoria final, F1 y F2 y el Informe del tutor).

(e) Premios a la excelencia en prácticas

El programa de Prácticas Externas obligatorias en el GNMI permite a los estudiantes desarrollar competencias y habilidades que resultan cruciales en el entorno empresarial. Desde la edición 2013-2014, ESCI-UPF ha querido mostrar la transformación de los alumnos de tercer curso al entrar en el mundo laboral como profesionales y, a la vez, agradecer a las empresas la implicación en su formación, a través de la creación de un premio en formato de video-reportaje para aquellos estudiantes que se han desenvuelto mejor en sus prácticas, tanto profesional como personalmente.

Los **premios a la excelencia en prácticas** distinguen los casos excepcionales que han mostrado durante su realización los siguientes aspectos:

- Perfecto cumplimento del proyecto formativo.

- Capacidad para identificar y aplicar los conocimientos y las competencias trabajadas en el GNMI.
- Capacidad para afrontar retos.
- Actitud proactiva y creativa.
- Gestión de competencias personales de forma excepcional: "*Un saber hacer excepcional*".

El reconocimiento consiste en:

- Reconocimiento público como casos de éxito ante la comunidad educativa y especialmente, como ejemplo y demostración para los estudiantes de la siguiente promoción que se preparan para empezar sus prácticas.
- Los seleccionados representarán a los estudiantes de su promoción en encuentros con empresas durante el último curso académico.
- Realización de un vídeo, producido por ESCI-UPF, en el que participa el estudiante y el representante de la empresa donde realizó las prácticas.

Los premios se crearon en el curso 2013–2014 (evidencia–acta de creación de los premios a la excelencia en prácticas) y son otorgados por una comisión. La comisión está formada por el Gerente de ESCI-UPF, por el Jefe de estudios de ESCI-UPF, por el Director de comunicación y por la Directora y la Coordinadora del departamento de *Career Service* de ESCI-UPF (evidencia–acta de resolución de los premios del curso 2013-2014, acta de resolución de los premios del curso 2014-2015).

A continuación se presentan los links a los vídeos de los premiados en las dos últimas ediciones.

Tabla 4. Estudiantes reconocidos con el premio a la excelencia en prácticas

Premiados	Link al vídeo	Empresa
Curso 2013-2014		
Océane Benamara	https://www.youtube.com/watch?v=yPgJH3VOOGM	Mr. Wonderfull
Mireia Martin	https://www.youtube.com/watch?v=M5xVlWTefw4	Estal
Jesús Oropesa	https://www.youtube.com/watch?v=Qd27yb9QHCM	Tres Griferías
Irene Salguero	https://www.youtube.com/watch?v=ad2bnxfV5FU	Barcelona Business Landing
Curso 2014-2015		
Helena Agustí	https://www.youtube.com/watch?v=09a_PFwX5Ow	Coordonné
Lidia Cammany	https://www.youtube.com/watch?v=PHquERkhfHQ	Planeta Junior
Marc Currius	https://www.youtube.com/watch?v=AbW76SdAO20	Bene Agere
Marina Lara	https://www.youtube.com/watch?v=GNgfrzyOnZw	Secartys
Olaya Vallés	https://www.youtube.com/watch?v=WbpjOnAMW6A	Mango

La valoración de los premios a la excelencia en prácticas es muy alta, ya que ha mostrado ser una plataforma excepcional para los estudiantes. Por ejemplo alguno de los estudiantes de la primera promoción de los premios, recibió ofertas directas de *headhunters* que habían visto su vídeo reportaje.

iv) La selección de centros de prácticas y gestión del proceso de adjudicación de estudiantes

El proceso de selección de centro de prácticas y adjudicación de prácticas en el caso que la empresa y estudiante accedan a través de la bolsa de trabajo de ESCI-UPF es el que se muestra en el siguiente diagrama:

ESCI-UPF valida no sólo los centros de prácticas sino la vacante concreta y el centro de prácticas cada vez que una empresa se pone en contacto para ofrecer una vacante de prácticas. En este caso, la empresa que quiere publicar una oferta en la bolsa de prácticas de la universidad debe cumplir los siguientes requisitos para poder validar los proyectos formativos que ofrecen al candidato:

- Tener una personalidad jurídica que garantice una representatividad legal

- Contar con un espacio físico idóneo para la realización in situ de las prácticas (no se aceptan prácticas de teletrabajo)
- Realizar una actividad económica que involucre aspectos del marketing o de negocios a nivel internacional y en el ámbito de la gestión.
- Las tareas o el proyecto formativo debe mantener relación con alguna de las asignaturas del currículum del grado y estar ligado a las competencias que se quieren promover en nuestros estudiantes.
- Deben estar en disposición de aceptar los derechos y deberes que se explicitan en el convenio de cooperación educativa.
- El tamaño, la ubicación o el sector de la empresa no tienen ninguna especificidad en particular.
- En el caso de las ofertas de prácticas curriculares, además deben cumplir con los requisitos mínimos para la realización de la asignatura: una colaboración a tiempo completo de un mínimo de tres meses.

A la empresa que contacta con el departamento de *Career Service* para publicar una oferta, se le solicita cumplimentar un formulario de publicación con la descripción completa tanto de la empresa como de la oferta. Cuando el departamento de *Career Service* recibe el formulario, revisa el cumplimento de los criterios anteriores, antes de publicar la oferta.

Una vez publicada la oferta, **el proceso de adjudicación de una plaza de prácticas** se ha diseñado con la intención de replicar los procesos de selección convencionales.

Los estudiantes matriculados en la asignatura de Prácticas Externas tienen acceso a las ofertas que la universidad publica semanalmente en AulaESCI (ver aula) desde finales de noviembre y hasta principios de abril. Los estudiantes pueden aplicar a todas aquellas ofertas que encajen con su perfil o qué les motiven especialmente. La oferta se deja activa durante un tiempo limitado. Pasado este tiempo, ESCI-UPF envía los cv's de los estudiantes que se han interesados en la oferta a la empresa. La empresa es quien selecciona el candidato que más se ajusta a las funciones y al equipo a través de un proceso de selección que las mismas empresas determinan. De esta manera, las empresas que contactan con nuestra bolsa de prácticas tienen la oportunidad de conocer de primera mano los diferentes perfiles y comprobar su idoneidad para el cargo ofertado.

Cuando la empresa selecciona el candidato, la decisión se comunica al estudiante y se cierra el compromiso firmando un convenio de cooperación educativa, que se gestiona internamente desde la universidad y de manera unipersonal para cada

estudiante y empresa, en el cual se adjudica el proyecto formativo y el centro en el que se realizarán las prácticas curriculares.

Cabe recordar que todos los estudiantes tienen la posibilidad de hacer una búsqueda activa personal en la que el/la estudiante puede realizar una investigación propia de las empresas nacionales o internacionales que le interesen o le motiven. En este caso, cuando el estudiante ha encontrado una empresa que está interesada en acogerlo como estudiante en prácticas, la universidad contacta con la empresa para solicitarle todos los datos de descripción de la empresa y de la práctica ofrecida, para realizar una revisión y validación tanto de la empresa como de las tareas, antes de proceder a preparar el convenio.

v) TFG que se han elaborado en el marco de colaboración de una empresa o institución (adecuación de la naturaleza a la actividad profesional, adecuación de los procesos de supervisión y, finalmente, adecuación y transparencia de los criterios de evaluación)

El Trabajo de Final de Grado (TFG) del Grado en Negocios y Marketing Internacional está ubicado en el último curso académico del grado. El TFG supone la realización por parte del estudiante, y de forma **individual,** de un proyecto innovador en el ámbito de los negocios o el marketing internacional de una organización empresarial, institucional o social.

El estudiante **debe haber realizado y superado la asignatura de Prácticas Externas** para poderse matricular en la asignatura de TFG. Esta condición muestra la importancia que se le da a la experiencia en el mercado laboral, para poder desarrollar un TFG innovador y que, bajo la supervisión de un director, permita al estudiante integrar y desarrollar los contenidos formativos recibidos, las capacidades, las competencias y las habilidades adquiridas durante el periodo de docencia del grado.

El origen de las propuestas de TFG muestran la orientación del grado para conseguir desarrollar competencias profesionalizadoras, ya que básicamente los TFGs se originan a partir de:

- Una propuesta de la empresa donde el estudiante realizó su periodo de prácticas obligatorio.
- Una propuesta de una empresa colaboradora de ESCI-UPF, sin necesariamente haber acogido al estudiante previamente (aunque normalmente lo acogen en paralelo a través de un convenio de colaboración extracurricular durante el cuarto curso).
- Una propuesta de un profesor de ESCI-UPF.

- Una propuesta del propio estudiante; normalmente vinculado a proyectos de emprendimiento.

La siguiente tabla muestra la distribución, según el origen de los TFG de las cuatro promociones del Grado en Negocios y Marketing Internacionales en función del origen comentado anteriormente.

Tabla 5. Origen del TFG del GNMI

Origen TFG	**2012-2013**	**2013-2014**	**2014-2015**	**2015-2016**
Asignatura Prácticas Externas	8	21	20	17
Empresas Colaboradoras	-	5	7	4
Profesores Colaboradores	18	7	6	5
Estudiantes	50	83	99	98
Total	76	95	118	107

De la tabla podemos extraer dos conclusiones importantes:

- La primera es que cada año, excepto el primero, entre un 20 % y un 27 % de los proyectos son proyectos que se desarrollan para empresas (ya sea para la empresa donde el estudiante realizó las prácticas externas o para empresas colaboradoras).
- La segunda es que los estudiantes del GNMI tienen una clara vocación de emprendimiento e innovación, y la mayoría de los TFG provienen de sus propias propuestas.

Una propuesta de mejora de cara al futuro es ayudar a los estudiantes que hayan realizado TFG en el ámbito del emprendimiento con potencial para convertirse en negocios viables a través del apoyo específico y personalizado (asesoría y guía en el proceso de viabilización de la propuesta de valor).

Otro elemento a destacar del TFG son las temáticas de los proyectos que se desarrollan en el TFG. La siguiente tabla presenta el desagregado de estas temáticas, donde se pueden identificar, que se desarrollan proyecto de estrategia empresarial (global, de internacionalización o de marketing), proyectos de mejora de procesos y proyectos globales sobre el entorno económico internacional.

Tabla 6. Temática de TFG del GNMI

Origen TFG	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Estrategia Empresarial				
Procesos de internacionalización	22	22	34	26
Planes de viabilidad	10	20	18	-
Planes de marketing	10	17	12	15
Mejora de procesos				
Logística / Retail	5	1	16	6
Investigación de mercados	5	8	3	4
Compras internacionales		3	1	
E-commerce			5	3
Innovación y emprendimiento				36
RRHH				2
Proyectos de entorno económico				
Entorno económico	13	11	12	13
RSC		2	5	
Otros	11	9	6	2
Total	76	93	112	107

Finalmente, es importante destacar que en el proceso de evaluación del TFG (véase plan docente de la asignatura TFG – Curso 2015-2016) participan tres referentes complementarios: el tutor del proyecto, la profesora responsable de la asignatura TFG y la comisión evaluadora donde el estudiante presenta el proyecto (véase rúbricas de evaluación del TFG y muestras de las ejecuciones de cada prueba evaluativa (Valoración informe de seguimiento del profesor, valoración de la memoria de TFG y defensa pública). Esta evaluación conjunta permite evaluar la evolución del proyecto y su adecuación a lo requerido por la empresa (en el caso de empresas, se asigna un tutor de empresa complementario), una evaluación académica del proceso (a través de la evaluación de la profesora de la asignatura) y una evaluación global de coherencia y profundidad del proyecto; así como evaluación de la capacidad de comunicación oral y escrita del mismo, gracias a la evaluación de la comisión evaluadora, ya que el proyecto se presenta oralmente y en inglés delante de la comisión evaluadora.

La orientación profesionalizadora del TFG se plasma en el hecho que un 62 % de los tutores del proyecto (del curso 2015-2016) son profesionales en activo, lo que permite que el estudiante reciba el asesoramiento de un profesional en activo que le orienta para desarrollar las competencias profesionales exigidas por el mercado laboral. El

informe de Recursos Humanos implicados en la docencia de TFG muestra el detalle de los perfiles de los tutores de TFG.

vi) Otras prácticas

Es importante destacar que el Grado en Negocios y Marketing internacional tiene una orientación profesionalizadora global, que va más allá de la asignatura de prácticas obligatorias, y que se materializa en dos ámbitos destacados:

- Un grupo importante de asignaturas de los dos últimos cursos tienen una orientación profesionalizadora que se plasma en el uso de casos de empresa, participación de empresas en el aula y visitas externas
- La concepción del programa de *Career Service* definido anteriormente que no finaliza cuando se ha realizado la asignatura de prácticas obligatorias en el tercer curso, sino que tiene continuidad a lo largo del último curso

(1) Orientación Profesionalizadora de las asignaturas

La orientación profesionalizadora de las asignaturas del grado, especialmente en los dos últimos cursos, se plasma, por un lado con el hecho que dos terceras partes de los profesores asociados (sin contar con la docencia de idioma) son profesionales en activo (Véase el detalle en El informe de Recursos Humanos implicados en la docencia curso 2014-2015).

Otra forma de visualizar la orientación profesionalizadora de las asignaturas es la incorporación de casos reales en el proceso de aprendizaje. La siguiente tabla muestra el listado de asignaturas que incorporan casos de empresa (en este caso, sólo contabilizamos aquellos que los profesores piden adquirir, y no aquellos de creación propia que son muchos más) (véase el detalle en el listado de casos del Curso 2015-2016). Excepto la primera asignatura, el resto son asignaturas ubicadas en los últimos cursos, donde se concentran las asignaturas con una orientación profesionalizadora.

Tabla 7. Número de casos de empresas utilizados en diferentes asignaturas del GNMI

Asignatura	Curso 2015-2016
Business Organisation	12
Business and Culture in ME and Africa	12
Cultura y Negocios en Asia	7
Industrial and Service Marketing	10
International Expansion	5
International Marketing	3
Negocios inclusivos	5
Pricing Policies	7
Public Relations Management	2
Retail internacional	1
International Strategic Management	7
Total casos	71

Además del uso de casos, cabe destacar otras iniciativas de incorporación de empresas reales en el proceso de aprendizaje de cinco asignaturas de la carrera:

- La asignatura Innovación y emprendimiento desarrolla una propuesta de trabajo integral con una empresa colaboradora. En el curso 2015-2016, la empresa "BonArea" lanzó el reto "¿Cómo puede BonArea captar clientes jóvenes?". El proyecto es el hilo conductor de los diferentes temas y seminarios prácticos que cada semana los estudiantes desarrollan en grupo. Al final de curso, los diferentes grupos de trabajo, presentan delante del profesor y del directivo de la empresa, las diferentes propuestas, que son evaluadas de forma conjunta por el profesor responsable de la asignatura y por el directivo de la empresa. (véase plan docente de Innovación y emprendimiento y AulaESCI virtual de la asignatura del curso 2015-2016).
- La asignatura Publicidad y comunicación desarrolla una propuesta de trabajo integral con una empresa colaboradora. La empresa, que en el curso 2015-2016, fue El Grupo Regina, que lanzó el reto: "Nuevo Hotel del Grupo Regina" (véase evidencia plan docente de Publicidad y comunicación, y el Briefing del Grupo Regina de presentación del reto), que los estudiantes desarrollaron en grupo a lo largo del curso. En este caso, los estudiantes no lo presentan delante del directivo, pero la profesora de la asignatura después de evaluarlo, escoge los tres mejores y se los presenta al directivo de la empresa, para qué sea él quien determine cuál es el orden final de estos tres.

- La asignatura de Creatividad y comercio digital invitó al director creativo de la empresa We Transfer. Esta conferencia fue la base del seminario del tema de creatividad que los estudiantes tuvieron que desarrollar esa semana (véase evidencia: Plan Docente de Creatividad y Comercio Digital, evidencia de los comentarios en red de la conferencia y el seminario asociado a la visita).
- La asignatura de Retail organiza una visita al laboratorio de Retail de AECOC, donde los estudiantes pueden ver *in-situ* las últimas tecnologías aplicadas al retail (véase plan docente de Retail internacional).
- La asignatura *Business Game* en el último trimestre del último curso, permite a los estudiantes desarrollar competencias y habilidades profesionalizadoras globales a través de un juego de simulación empresarial (véase plan docente de Business Game).

(2) El Programa *Career Service* (después de las prácticas obligatorias)

En ESCI-UPF, los estudiantes tienen la posibilidad de realizar prácticas extracurriculares (no obligatorias) en el último año de carrera. Des del curso 2014-2015, y a partir de una propuesta de mejora incluida en el Informe de Seguimiento 2013-2014, esta posibilidad se enmarca en un programa más amplio de formación profesional del estudiante que corresponde a la segunda etapa del Programa de *Career Service* presentado en el apartado: Nivel de institucionalización de la conexión del programa formativo-mercado laboral.

En esta segunda etapa, se proporciona un acompañamiento y una asesoría individualizada a los estudiantes de cuarto curso del GNMI, para conseguir su transición definitiva al mundo profesional una vez finalizado sus estudios en ESCI-UPF.

Aun cuando las Prácticas extracurriculares no comportan un reconocimiento académico, están sujetas a la preceptiva validación de los objetivos formativos y requieren que el estudiante presente una memoria de actividades tras finalizar el período de estancia.

Una vez finalizado y aprobado el último curso, los futuros profesionales tienen acceso a la bolsa de trabajo de ESCI-UPF donde se publican ofertas específicas para perfiles de marketing y negocios internacionales que buscan un perfil con las cualidades y valores de nuestra institución.

El programa de *Career Service* para los estudiantes de último curso se estructura a través de tres elementos de trabajo:

- Actividades grupales para reforzar la formación en *Branding* Personal (recordatorio de lo visto en tercer curso) y la presentación de diferentes herramientas de búsqueda de oportunidades de prácticas extracurriculares y laborales, tanto a nivel nacional como internacional.
- Presentaciones de empresas en las que se comunican su oferta laboral para perfiles junior y programas internos de profesionalización.
- Asesoría individual para realizar una evaluación de competencias, comparando sus competencias con las demandadas en el mercado laboral. El *output* esperado en este punto es que cada estudiante cree su propio *Career Planning*.
- Acceso a una bolsa de ofertas de prácticas extracurriculares exclusivas para ESCI-UPF, publicadas en un grupo privado de LinkedIn
- La siguiente tabla muestra, de forma ilustrativa, el número de ofertas publicadas para prácticas extracurriculares, así como el número de convenios extracurriculares preparados para los estudiantes de cuarto curso (entre paréntesis está el número total de convenios incluidas las prórrogas).

Tabla 8. Número de ofertas publicadas para prácticas extracurriculares (voluntarias) y convenios para GNMI de ESCI-UPF

	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Ofertas Extracurriculares Publicadas	-	100	152	211	201
Convenios (4o GNMI)	-	44 (47 convenios)	84 (99 convenios)	57 (64 convenios)	63 (74 convenios)
Estudiantes matriculados en 4o GNMI	-	76	90	110	104

b) PERFIL PROFESIONAL DEL P.D.I.

i) Experiencia profesional y cumplimiento (materias) docentes

La presentación del perfil profesional del P.D.I se hará desde una doble perspectiva. La primera hará referencia al perfil profesional del PDI del global del grado en Negocios y Marketing Internacional y en segundo lugar, nos centraremos en el perfil del PDI responsable del Programa *Career Service* (donde se ubica la asignatura obligatoria de Prácticas Externas).

(1) Personal académico del GNMI

El perfil del personal académico del Grado en Negocios y Marketing Internacionales se resume en la siguiente tabla y se encuentra descrito con detalle en la El informe de Recursos Humanos implicados en la docencia curso 2014-2015.

Tabla 9. Perfil del profesorado del Grado en Negocios y Marketing Internacionales

Universidad	Categoría	Total %	Doctores %	Horas %
ESCI-UPF	Profesor contratado doctor	7 - 12,3 %	7 - 100 %	1220 - 28,1 %
ESCI-UPF	Otro personal docente con contrato laboral	4- 7,0 %	0 - 0 %	324 - 7,5 %
ESCI-UPF	Profesor asociado	46 - 80,7 %	14 - 30,4 %	2803 - 64,5 %

De la tabla anterior, cabe destacar que ESCI-UPF tiene 46 profesores asociados, un tercio de los cuales son profesores universitarios y dos terceras partes son profesionales en activo del ámbito que imparten. Este último perfil de profesorado complementa perfectamente al profesorado académico, y consigue incrementar sustancialmente la orientación de la carrera para conseguir desarrollar las competencias profesionales.

(2) Personal académico responsable del programa *Career Service*

El departamento de *Career Service* está dirigido por la profesora acreditada y Dra. Rosa Colomé y está formado por dos profesores más: Karina Henao y Esther Cid.

El departamento de *Career Service* gestiona el programa de prácticas curriculares, las prácticas extracurriculares y la inserción laboral de los graduados. El perfil y las tareas asumidas por cada una de ellas se describen a continuación:

- Rosa Colomé, es la directora del departamento de *Career Service*, coordinadora académica del área de empresa y marketing, codirectora del Master en Retail Internacional y profesora del área de Retail y Logística. Rosa Colomé asume la dirección del departamento y la responsabilidad directa de la asignatura obligatoria de prácticas externas, dónde además de realizar la tarea de diseño, validación y evaluación, actúa de tutora académica en todos los convenios de cooperación educativa curriculares.
- Karina Henao, es coordinadora del departamento de *Career Service* y profesora de la asignatura de *International Team Management*. Karina Henao asume la responsabilidad directa de las prácticas extracurriculares para

estudiantes del GNMI y de masters, y asume la tutoría académica en estos convenios de cooperación educativa extracurricular.

- Esther Cid es *International Promotion* Manager y profesora de la asignatura *People Management*. Colabora en el departamento realizando tareas de búsqueda de posiciones de prácticas y ofertas laborales, tanto nacionales como internacionales. Su dilatada experiencia en Recursos Humanos en diversos sectores, le permite realizar su tarea de forma adecuada (Evidencia – CV Esther Cid)

Así pues, la responsabilidad académica de la asignatura obligatoria de prácticas externas del GNMI recae en una sola persona, pero el trabajo del programa de *Career Service* lo realiza un equipo de tres personas.

ii) Idoneidad en la supervisión de prácticas profesionales

Las prácticas profesionales se coordinan des del departamento de *Career Service*, y la supervisión de las mismas las realizan los tutores académicos y los tutores de empresa.

(1) Tutores académicos

La coordinación de todas las prácticas las realiza Rosa Colomé, que también asume la tutoría académica de las prácticas curriculares de la asignatura obligatoria de Prácticas Externas.

Rosa Colomé (véase CV Rosa Colomé) dirige el departamento de Prácticas des del 2011 y está en ESCI-UPF desde 2004 realizando tareas de coordinación académica de área, docencia en el GNMI, el GSCI e ITM. En 2006 creó el Master en Retail internacional, después de recibir el *feedback* de las empresas del sector que indicaban una falta de formación en este ámbito. Así pues, Rosa Colomé tiene conocimiento profundo del perfil y formación de los estudiantes y graduados de ESCI-UPF, ya que ha impartido docencia en los diferentes grados ofrecidos por ESCI-UPF desde su creación (GSCI, ITM y GNMI). Tiene contacto constante con las empresas, debido a su área de especialización y a su responsabilidad de dirección del departamento de *Career Service* desde el 2011 y, finalmente, ha realizado las tareas de supervisión, tutorización y evaluación de las prácticas externas obligatorias desde 2011 (con el último curso de GSCI y como responsable de la asignatura obligatoria de Prácticas Externas en todas las promociones del GNMI desde su creación).

La tutoría académica de las prácticas extracurriculares (no obligatorias) del último curso, las realiza Karina Henao.

Karina Henao (véase CV Karina Henao) es coordinadora del *Career Service Program* desde el año 2011 y mantiene la comunicación constante entre empresa y universidad, lo que aporta un conocimiento contrastado de las necesidades vigentes de las empresas que buscan un perfil ESCI-UPF para cubrir sus vacantes en los diferentes departamentos. Desde el año 2012 imparte la asignatura Dirección de equipos internacionales, obligatoria para los estudiantes de cuarto curso del GNMI, lo que favorece la interacción directa con estos perfiles y la profundización en la identificación de sus habilidades y competencias profesionales y personales. La formación clínica en psicología (2001) y su especialidad en psicoterapia clínica psicoanalítica (2004) la avala para la asesoría individualizada que imparte dentro del marco del *Career Service program* a los estudiantes de último curso y Alumni.

(2) Tutores de empresa

Los tutores de empresa, tal y como se define en el Real Decreto 592/2014, de 11 de julio, son profesionales de la empresa que acoge el estudiante y se responsabilizan de hacer el seguimiento diario de las tareas de los estudiantes y de cumplimentar el informe del tutor de empresa, en el que se evalúa en nivel de cumplimiento de las competencias.

Las siguientes tablas muestran el resumen del perfil de los tutores de empresa de las prácticas curriculares y las extracurriculares , aunque la descripción detallada de los mismos se pueden encontrar en la evidencia (Cargos Tutores Curriculares – Curso 2014-2015, Cargos Tutores Extracurriculares – Curso 2014-2015)

Tabla 10. Perfil de los tutores de empresa del curso 2014-2015

Cargo Tutores de Empresa	Curriculares	Extracurriculares
Director / CEO/ Gerente	30 %	19 %
Director de Exportación / Internacional	17 %	16 %
Director de Marketing	15 %	17 %
Director Comercial	8 %	16 %
Director de Logística / Operaciones	6 %	9 %
Subdirector	5 %	2 %
Project Manager	5 %	5 %
Trainner Specialist	4 %	-
Director RRHH	3 %	5 %
Director Financiero	3 %	5 %
Director de Gestión de Producto	3 %	3 %
Consultor	2 %	5 %

c) RESULTADOS DE LAS PRÁCTICAS EXTERNAS

i) Satisfacción (centros, profesorado y estudiantes)

En este apartado vamos a presentar los resultados de las prácticas, desde diferentes perspectivas. Primero, los resultados académicos, seguido de la satisfacción del centro, satisfacción de los estudiantes y satisfacción de los tutores de empresa.

(1) Resultados académicos

La siguiente tabla muestra los resultados académicos de la asignatura de prácticas externas del GNMI desde su creación.

Tabla 11. Resultados académicos de la asignatura de práctica externas del GNMI

Calificación	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015*
Matrícula de Honor	-	-	-	2 (2 %)
Sobresaliente	25 (32 %)	26 (29 %)	37 (34 %)	40 (38 %)
Notable	51 (66 %)	60 (66 %)	70 (64 %)	57 (55 %)
Aprobado	1 (1%)	4 (4%)	3 (3%)	5 (5%)
Suspendido	-	1 (1 %)	-	-

* no se ha incluido la estudiante que se le ha reconocido las prácticas GSCI y tiene una evaluación de apto.

(2) Resultados competencia

Además de los resultados académicos globales, es importante presentar y analizar la evaluación competencial de los estudiantes en formación en el desempeño de las tareas asignadas. Esta evaluación la realiza el tutor externo de la empresa lo que supone una certificación en la consecución de las competencias y de los resultados de aprendizaje de la asignatura e, implícitamente, de los objetivos formativos de la titulación. Además, pedimos a los estudiantes que se autoevalúen de las mismas competencias para poder comparar su percepción de consecución de las mismas, versus la valoración de los tutores de empresa, que generalmente son superiores. La siguiente tabla muestra las medias de evaluación y autoevaluación de cada competencia en la asignatura de Prácticas externas del curso 2014-2015 (el detalle de todas las evaluaciones se presentan en Documento de evaluación competencial de los estudiantes por parte de los tutores de empresa (2014-2015)

Tabla 12. Resultados de evaluación de competencias de los estudiantes por parte de los tutores de empresa, comparando con la autoevaluación de esas competencias por los estudiantes

Competencias	**Curso 2014-2015**	
	Autoevaluación estudiante (0-10) Tasa de Respuesta (97 %)	**Evaluación tutor empresa (0-10) Tasa de Respuesta (100 %)**
1. Capacidad técnica	7,81	8,27
2. Capacidad de aprendizaje	8,69	8,93
3. Capacidad para afrontar y resolver problemas	8,26	8,36
4. Capacidad de organización y planificación	8,73	8,44
5. Receptividad a las críticas	8,57	8,42
6. Capacidad de trabajo en equipo	8,90	8,96
7. Creatividad y iniciativa	8,16	8,59
8. Discreción	8,76	8,83
9. Relación con el entorno laboral	9,75	9,08
10. Puntualidad	9,02	9,14
11. Implicación personal y motivación	8,89	9,05
12. Habilidades de comunicación oral y escrita	8,54	8,63
13. Sentido de la responsabilidad	8,92	8,91
14. Autonomía en la toma de decisiones	7,67	8,26
15. Nivel de inglés	8,73	9,02
16. Nivel del idioma requerido por la empresa (idioma:_____) Francés Alemán	* 7,76 10	* 8,63 8,67
17. Capacidad para analizar datos económicos y financieros	7,72	8,35
18. Capacidad para entender el modelo de negocio de la empresa	8,56	8,64
19. Capacidad para la toma de decisiones en situaciones reales	8,06	8,21

* depende del idioma y la media se hace con pocos estudiantes

La tabla anterior muestra unos valores muy elevados, tanto por parte de los estudiantes como por parte de los tutores de empresa. La alta autoevaluación de los estudiantes muestra un nivel de confianza alto con el aprendizaje de competencias y actitudes recibidas; mientras que el patrón de alta valoración y

satisfacción por parte de los tutores muestra el nivel de orientación a la profesionalización de nuestro grado y cómo este perfil encaja en el mundo laboral. Es importante destacar que este patrón de alta satisfacción se confirma en las promociones anteriores (ver evidencias, para el curso 2012-2013 y el curso 2013-2014).

Además, en el informe del tutor de empresa, se pide a los tutores que indiquen si el estudiante es o no apto para su organización y el 95,1 % de los tutores contesta afirmativamente (con una tasa de respuesta del 100 %) en el curso 2014-2015.

A este alto nivel de satisfacción en términos académicos, tanto de nota final global, como de nota de tutor externo y nota de elementos académicos; cabe destacar que la profesora de la asignatura, compara anualmente la valoración interna a través de la nota de la memoria con la valoración externa a través de la nota del informe del tutor. En el curso 2014-2015, la valoración media interna (8,4) era muy parecida a la valoración externa (8,7). Los resultados muestran coherencia entre la valoración interna y la externa. En ese proceso de identificación, la profesora responsable también identificó dos casos individuales con una gran discrepancia entre los informes externos e internos, que mostraba resultados desiguales en la consecución de las competencias y no aseguraba un mínimo de consecución de todas las competencias. Dada esta situación, se ha aplicado una propuesta de mejora en el curso 2015-2016, incorporando unos mínimos en las valoraciones de los ítems de evaluación para certificar la consecución de los mínimos de las competencias (véase: Plan docente Prácticas externas curso 2015-2016)

(3) Satisfacción del centro

El GNMI supuso un reto para el departamento de *Career Service* de ESCI-UPF, ya que el GNMI incrementó el número de plazas ofertadas respecto al número de plazas que se ofrecían en el GSCI. En el caso del GSCI, una media de 50 estudiantes realizaba la asignatura de prácticas, mientras que en el GNMI, el número de estudiantes matriculados en la asignatura de prácticas es de 95 de promedio. Este incremento supuso para ESCI-UPF la necesidad de gestionar y diseñar un programa de prácticas adaptado a las nuevas necesidades y gestionar un 45 % más de estudiantes y encontrar más empresas que ofrecieran proyectos formativos adecuados al perfil.

ESCI-UPF está muy satisfecha con el resultado ya que se ha rediseñado un programa de prácticas alineado con las más recientes necesidades del mercado laboral actual en cuanto a nuevas tecnologías y tendencias en el sector de

reclutamiento y selección de personal, y adicionalmente, se han encontrado plazas de prácticas para todos los estudiantes de la asignatura obligatoria de Prácticas externas de tercer curso, y además, se ha iniciado el programa de *Career Service*, con un incremento importante de ofertas y convenios de prácticas extracurriculares, tal como muestra la siguiente tabla.

Tabla 13. Número de ofertas publicadas y convenios realizados desde el primer curso del GNMI

	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Ofertas publicadas para prácticas curriculares	76	91	139	150	139
Ofertas publicadas para prácticas extracurriculares	-	100	152	211	201
Total ofertas publicadas	***76***	***191***	***291***	***361***	***340***
Convenios curriculares	76	90	110	104	93
Convenios extracurriculares	-	99	64	71	74
Total convenios GNMI	***76***	***89***	***174***	***175***	***167***

ESCI-UPF también quiere fomentar tanto la búsqueda activa del estudiante, como la participación en la bolsa de trabajo de ESCI-UPF. Ambas posibilidades son compatibles y se anima a los estudiantes a que sigan los dos caminos. La siguiente tabla muestra que, en los últimos cinco años (correspondientes a las cinco promociones de GNMI que ya han realizado prácticas obligatorias), una media del 30 % de los estudiantes ha encontrado sus prácticas de forma autónoma mientras que un 70 % lo ha hecho a través de la bolsa de prácticas de ESCI-UPF.

Tabla 14. Origen de los convenios de cooperación educativa en la asignatura obligatoria (para GNMI).

	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Bolsa prácticas ESCI-UPF	48 (67 %)	51 (57 %)	72 (65 %)	77 (74 %)	72 (78 %)
Búsqueda autónoma	28 (33 %)	39 (43 %)	38 (35 %)	27 (26 %)	21 (22 %)
Estudiantes matriculados en la asignatura obligatoria	76	90	110	104	93

(4) Satisfacción de los estudiantes

El nivel de satisfacción de los estudiantes se mide a través de las encuestas que se realizan al final de la docencia de una asignatura. En el caso de la asignatura de Prácticas externas, la encuesta tiene otro diseño para tener en cuenta sus especificidades.

La tabla siguiente muestra la media de las evaluaciones de los elementos valorados por los estudiantes para la asignatura de prácticas en el curso 2014-2015.

Tabla 15. Evaluación de la asignatura Prácticas Externas por los estudiantes

Evaluación Prácticas externas (curso 2014 - 2015) - Tasa de participación (33,3 %)

PRIMERA FASE - SESIONES PREPARATORIAS CV - VIDEO CURRICULUM	
PREGUNTAS	*Media (Escala 0-10)*
Las sesiones fueron de utilidad para preparar el CV	7,69
Las sesiones fueron de utilidad para afrontar una entrevista de trabajo	7,88
SEGUNDA FASE – PROCESO DE BÚSQUEDA ACTIVA DE LAS EMPRESAS	
El proceso de publicación de las ofertas de ESCI-UPF era claro	8,53
La cantidad de ofertas de ESCI-UPF era correcto	8,38
La calidad (posiciones, tipología de empresas) de las ofertas de ESCI-UPF eran adecuadas	7,65
TERCERA FASE – ESTANCIA EN LA EMPRESA	
La estancia en la empresa ha resultado satisfactoria	8,35
El tutor de empresa ha estado disponible para responder preguntas y dudas durante tu estancia	8,52
RELACIONADO CON LA ASIGNATURA	
La asignatura es interesante des del punto de vista formativo	9,15
Se hace lo que está previsto en el Plan Docente	8,91
La asignatura en su conjunto ha sido satisfactoria	8,74

PROFESOR DE LA ASIGNATURA DE PRÁCTICAS EXTERNAS

El profesor de la asignatura de Prácticas externas ha explicado con claridad el proceso a seguir en cada fase de la asignatura de prácticas	9,18
La tutoría inicial con el profesor ha sido útil en el proceso de la asignatura	8,88
El profesor de la asignatura ha estado disponible para resolver dudas y dar apoyo	9,12
Estoy satisfecho con su docencia	9,09

Analizando los resultados podemos deducir que el nivel de satisfacción de los estudiantes respecto a la asignatura de Prácticas externas es muy elevado y consideran que es una asignatura muy útil en su formación. También podemos identificar puntos de mejora en el programa, y que se centran en mejorar las sesiones preparatorias y en mejorar la calidad de las ofertas publicadas.

(5) Satisfacción del profesorado

Los resultados académicos de la asignatura presentados en la tabla 13 muestran unos resultados excelentes, que son una muestra del grado de satisfacción del tutor académico y del tutor de empresa.

El tutor académico de la asignatura no sólo está satisfecho con los resultados académicos, sino también, y especialmente, por la evolución profesional y personal que realizan los estudiantes durante el proceso de prácticas y que permiten que adquieran un grado más en su etapa de madurez como profesionales. Este elemento no es cuantificable en las notas, pero si puede deducirse a través de los casos que se presentan en los vídeos de los estudiantes ganadores del Premio a la excelencia en prácticas.

El nivel de satisfacción del tutor de empresa, lo presentamos a continuación a través del epígrafe del nivel de satisfacción de las empresas.

(6) Satisfacción de las empresas

La satisfacción de las empresas la podemos medir desde diferentes perspectivas. La primera, sería el nivel de satisfacción respecto al nivel de competencias de los estudiantes que han acogido en la empresa.

La siguiente tabla muestra el nivel de satisfacción de los tutores respecto a las diferentes competencias del estudiante que se le piden evaluar. La tabla muestra la media de todas las evaluaciones realizadas a los estudiantes que realizaron la asignatura obligatoria de Prácticas externas el curso 2014–2015 (tasa de participación del 100 %).

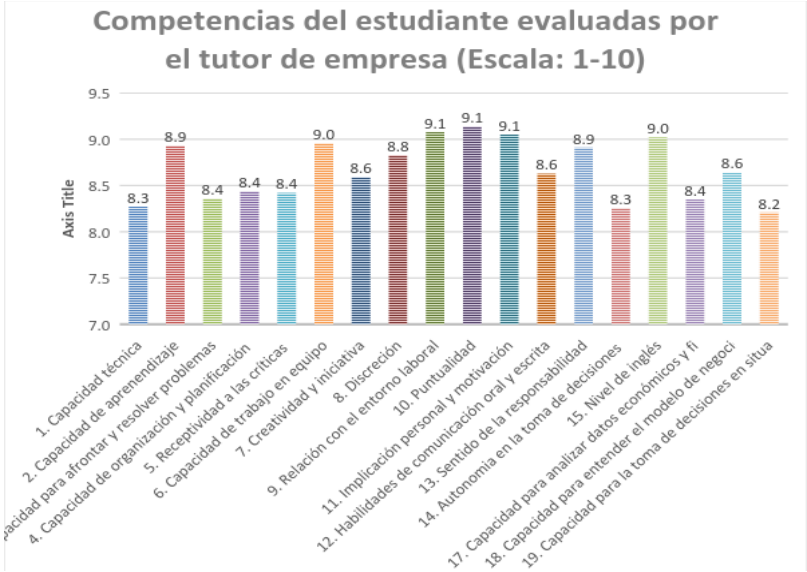


Gráfico. Competencias del estudiante evaluadas por el tutor de empresa

Otro ítem del nivel de satisfacción de las empresas, respecto al encaje del perfil de los estudiantes a sus necesidades empresariales, es la respuesta a la pregunta: "¿Considera el estudiante apto para su organización?". En el curso 2014-2015, un 95,1 % de las empresas consideró que el estudiante que había acogido era apto para su organización (con una tasa de respuesta del 100 %).

Una tercera perspectiva de valoración del nivel de satisfacción de las empresas, es su nivel de satisfacción respecto al servicio del área de *Career Service*. Para medir este aspecto realizamos una encuesta específica a las empresas al finalizar el periodo de prácticas obligatorias y realizamos una reunión con algunas empresas para evaluar aspectos más cualitativos del proceso, lo cual nos ha permitido identificar elementos de mejora (véase evidencia del acta de la reunión con empresas de 12 de noviembre de 2015).

Los resultados de la encuesta de satisfacción de las empresas sobre el programa de prácticas externas por parte de la empresa, para el curso 2014-2015 es la que se muestra en la tabla siguiente:

Tabla 16. Nivel de satisfacción de las empresas del servicio de Career Service (Curso 2014-2015)

Preguntas (escala 0-10) – Tasa de participación (19 %)	***Media***
La presentación de los candidatos, por parte del departamento de prácticas de ESCI-UPF fue ágil	7,72
El perfil de los aspirantes se ajustaba a la vacante ofertada	8,17
El proceso de preparación de convenios fue ágil	8,28
La comunicación con el departamento de prácticas fue ágil	8,39
Valoración global del programa de prácticas de ESCI-UPF	8,5

Las empresas muestran un nivel de satisfacción muy elevado del servicio y gestión del Departamento de *Career Service* y del perfil de los candidatos de ESCI-UPF. Gracias a la encuesta, pero especialmente al contacto directo con las empresas, se ha identificado un punto de mejora en la relación con las empresas. Algunas empresas han solicitado obtener un feedback individual del estudiante sobre el periodo de prácticas vivido; es decir, la tutora académica recibe este *feedback* a través de la memoria, pero las empresas no reciben ningún *feedback* final del estudiante, lo que les permitiría identificar puntos de mejora en la

incorporación de estos perfiles en las compañías. El departamento de *Career Service* diseñará para el curso 2016-2017 un proceso de feedback final de ESCI-UPF para las empresas para valorar la participación de la empresa en el programa de prácticas de ESCI-UPF.

ii) Vinculación con la inserción profesional

Los estudiantes del Grado en Negocios y Marketing Internacionales que acceden al primer trabajo a través de las prácticas de estudio son del 25,3 %, que es un valor parecido al que conseguían los estudiantes del GSCI de ESCI-UPF, tal como mostraba la última encuesta de AQU sobre Inserción Laboral (2014) y que está por encima de la media de Economía y ADE y del social, tal como muestra la tabla 18.

Otro aspecto interesante es que en ESCI-UPF formamos a los estudiantes para que sean autónomos en los procesos de búsqueda de ofertas laborales. El éxito se muestra en el porcentaje de primeros trabajos que encuentran nuestros estudiantes a través de Internet, respecto a la media de AQU para Economía y ADE y en el área de Ciencias Sociales, y en la media de meses que tardan en insertarse en el mundo laboral que también es más rápida. Nuestra encuesta de inserción laboral se realiza seis meses después de haber finalizado los estudios, aspecto que se abordará en el apartado 4.

Tabla 17. Vía de acceso al primer trabajo (encuesta AQU y encuesta propia)

	Prácticas de estudios	Internet
GNMI		
GNMI – Promoción 2015	25,3 %	32 %
GNMI – Promoción 2014	15,2 %	30,3 %
GNMI – Promoción 2013	17,0 %	27 %
AQU 2014 (promoción 2010)		
AQU – Grado Superior en Comercio Internacional	24,14 %	34,48 %
AQU – Economía y ADE	13,58 %	20,84 %
AQU – Ciencias Sociales	11,01 %	14,99 %

iii) Estudiantes que realizan prácticas externas

Todos los estudiantes de tercer curso realizan las prácticas externas, ya que son obligatorias (curriculares) y un porcentaje importante de los estudiantes de cuarto también realiza prácticas no curriculares. La siguiente tabla muestra el número de

estudiantes que realizó prácticas curriculares en tercer curso y el porcentaje de estudiantes que lo realizaron en cuarto curso, como prácticas extracurriculares.

Tabla 18. Número de estudiantes que realizan prácticas externas

	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Estudiantes que realizan prácticas curriculares	76	90	110	104	93
% respecto al número estudiantes matriculados prácticas curriculares	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
Estudiantes que realizan prácticas extracurriculares	-	44	84	57	63
% al número de estudiantes matriculados en 4o	-	58 %	93 %	52 %	61 %
Número de estudiantes matriculados en 4o		76	90	110	104
Total estudiantes GNMI con convenios	***76***	***134***	***194***	***161***	***156***

d) SATISFACCIÓN CON LA FORMACIÓN PARA LA OCUPABILIDAD (ENCUESTA AQU CATALUÑA)

En algunos apartados de este epígrafe compararemos los resultados que el Grado Superior en Comercio Internacional de ESCI-UPF, grado origen del actual GNMI, obtuvo en la Encuesta de Inserción Laboral de AQU del año 2014 (encuesta de inserción laboral de AQU), con los datos extraídos de una encuesta de inserción laboral propia que hacemos anualmente a los graduados del Grado en Negocios y Marketing Internacionales (encuesta propia de ESCI-UPF, 2013, 2014, 2015). Se debe tener en cuenta que la comparación no es totalmente directa, porque el informe de inserción laboral AQU de 2014 encuestaba a graduados del 2010 (evidencia); es decir, pasados tres años desde su graduación; mientras que la encuesta propia de ESCI-UPF se realiza pasados seis meses desde la finalización de sus estudios. En cualquier caso, creemos que la información es lo suficientemente representativa como para poder mostrar los resultados.

La siguiente tabla muestra la tasa de respuesta de las diferentes encuestas propias de inserción laboral y la evidencia (Modelo ESCI-UPF inserción) presenta el detalle de la encuesta de inserción laboral propia de ESCI-UPF. Tal como se puede apreciar, el número de respuestas ha incrementado año tras año, pero en el último año, el total de graduados fue significativamente superior lo que en términos relativos muestra una tasa de

respuesta menor. Este es un elemento de mejora a trabajar este curso 2016-2017 cuando se realice la encuesta a la promoción 2016.

Tabla 19. Tasa de respuesta a la Encuesta propia de Inserción Laboral de ESCI-UPF

	Total graduados	Número de respuestas	Tasa de respuesta
GNMI – Promoción 2015	116	80	69 %
GNMI – Promoción 2014	76	66	87 %
GNMI – Promoción 2013	73	63	86 %

i) Formación práctica

Según la Encuesta de Inserción Laboral de AQU del año 2014, la utilidad para el trabajo de la formación práctica del Grado Superior en Comercio Internacional es de 5,03, un nivel muy superior al del nivel de Economía y ADE que se sitúa en 4,03 (tal como muestra la tabla siguiente). En nuestro caso, el Grado Superior en Comercio Internacional y, en consecuencia el Grado en Negocios y Marketing Internacionales, se caracterizan por dar una gran importancia a los idiomas: el 50 % de la carrera es en inglés y los estudiantes estudian obligatoriamente un tercer idioma desde primer curso (francés, alemán, japonés, ruso o chino). Este elemento es muy importante para su formación práctica, y así lo muestra también el informe de AQU, en el que muestran un nivel de utilidad laboral de los idiomas aprendidos en el grado con una puntuación de 6,14 superando a Economía y ADE y al área de Ciencias Sociales.

Tabla 20. Nivel y adecuación de la formación (AQU 2014)

Informe AQU – 2014	Formación práctica (escala 1-7)		Idiomas (escala 1-7)	
	Nivel conseguido	Utilidad laboral	Nivel conseguido	Utilidad laboral
Grado Superior en Comercio Internacional	4,97	**5,03**	6,52	**6,14**
Economía y ADE	3,89	4,03	3,30	4,80
Ciencias Sociales	4,33	4,20	2,93	4,24

En las encuestas propias del GNMI, los graduados del GNMI de la promoción 2014 valoran con un 5 (en una escala 1-7) la formación recibida en términos de formación práctica respecto al nivel de utilidad en el trabajo, con lo que se confirma los datos obtenidos en la encuesta de AQU.

ii) Repetición de estudios

Un 92 % de los estudiantes del Grado en Negocios y Marketing Internacionales de la última promoción del 2015 repetirían la misma carrera, lo que muestra su alto nivel de satisfacción con la formación recibida y el nivel de aplicabilidad de la misma. El porcentaje es extraordinariamente alto, pero ya era muy alto para la promoción del Grado Superior de Comercio Internacional que entrevistó AQU en el 2014. En esa ocasión, el 86 % de los estudiantes mostraban su predisposición a repetir los estudios. Estos valores son muy superiores al 73,48 % de Economía y ADE.

Este apartado se complementa con la pregunta de si repetirías en la misma Universidad. En nuestro caso, los valores se situaban en el Grado Superior de Comercio Internacional en el 89 % y actualmente se sitúan alrededor del 85 %, que es ligeramente superior a la media de Economía y ADE, que se sitúa en el 82 %.

Tabla 21. Repetición de estudios y centro (AQU, 2014 y encuesta propia)

	¿Repetirías la misma carrera?	¿Repetirías en la misma universidad?
GNMI		
GNMI – Promoción 2015	92 %	82 %
GNMI – Promoción 2014	88 %	88 %
GNMI – Promoción 2013	79 %	83 %
AQU 2014 (promoción 2010)		
AQU – Grado en Superior en Comercio Internacional	86,21 %	89,66 %
AQU – Economía y ADE	73,48 %	82,01 %
AQU – Ciencias Sociales	70,13 %	80,93 %

iii) Opinión de los ocupadores sobre la formación recibida de los egresados

En relación a los factores de contratación considerados por los ocupadores, en la Encuesta de Inserción Laboral de AQU Cataluña 2014, los egresados encuestados valoran los diferentes elementos por encima de la media de Economía y ADE. A nivel global, la formación universitaria tiene una valoración de 5,56 y los elementos más valorados son la formación en idiomas (6,24) y las habilidades sociales y personales (6,24), la capacidad de trabajar en equipo (5,92) y los conocimientos prácticos (5,56), tal como muestra la siguiente tabla.

Tabla 22. Factores de contratación (AQU 2014, escala 1-7)

	Grado Superior en Comercio Internacional	Economía y ADE	Ciencias Sociales
Conocimientos teóricos	**4,92**	4,84	4,64
Conocimientos prácticos	**5,56**	4,87	4,91
Formación en idiomas	**6,24**	4,60	3,85
Habilidades sociales y personales	**6,24**	5,89	5,67
Capacidad de gestión y planificación	**6**	5,67	5,34
Capacidad de trabajar en grupo	**5,92**	5,66	5,45
Formación global universitaria	**5,56**	5,15	4,88

e) REVISIÓN Y MEJORA DEL PROGRAMA FORMATIVO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA OCUPABILIDAD

i) Instrumentos para la evaluación de la ocupabilidad (por ejemplo, observatorios, asociaciones de exalumnos, etc. Profesorado implicado en el mercado laboral, encuestas de inserción laboral, etc.)

En ESCI-UPF utilizamos diferentes instrumentos para evaluar y mejorar el programa formativo desde la perspectiva de la ocupabilidad:

- Los tutores de empresa que participan en el programa de prácticas tienen que completar un informe de evaluación de las competencias adquiridas por el estudiante y responder a una serie de preguntas abiertas. Una de las preguntas abiertas es: ¿Qué formación adicional considera que necesitaría el estudiante?
- ESCI-UPF ha diseñado una encuesta de inserción laboral análoga a la de AQU, para realizar a los recién graduados del Grado en Negocios y Marketing Internacionales, pasados seis meses desde su graduación. La encuesta completa se presenta en la evidencia Modelo encuesta inserción laboral de ESCI-UPF y la tasa de respuesta de las mismas se han presentado en la tabla 20.
- Des del departamento de *Career Service*, se realizan reuniones regularmente con nuevas empresas y con empresas que ya tienen estudiantes en prácticas para conocer su opinión sobre el perfil de nuestros graduados y cómo mejorarlo.
- En ESCI-UPF se presta un servicio gratuito e ilimitado en el tiempo para todos los Alumni del GNMI, donde cuentan con un servicio de bolsa de empleo con ofertas específicas. Adicionalmente, los exalumnos pueden solicitar el servicio de orientación profesional individualizada para la revisión de cv's, video cv's, cartas

de motivación y asesoría en el cambio de empleo, búsqueda de nuevos estudios especializados o algún otro cambio relacionado con su proyección profesional, lo que permite conocer de primera mano su evolución profesional.

ii) Mecanismos de actualización del programa formativo a partir de las evidencias recogidas mediante los mecanismos para conseguir información sobre la demanda en el mercado laboral (incorporación sistemática del análisis de información sobre cambios en la demanda en el marco laboral en los procesos relacionados con la revisión del programa formativo)

Dentro del programa de prácticas contamos con la opinión de diversas fuentes con las que tenemos constante interacción, además de mecanismos directos de consecución de opiniones y comentarios. Esta información se sintetiza y se presenta en la comisión de coordinación académica que analiza las propuestas y valora su incorporación al programa formativo.

Tenemos dos claros ejemplos de la actualización del programa formativo a través de estos mecanismos. A través del *feedback* de los tutores de empresa de los estudiantes en prácticas (curriculares y extracurriculares) expresado en los "Informe del tutor" o directamente en las llamadas telefónicas, se puso de manifiesto la necesidad de cubrir la formación en dos aspectos importantes para la empresa: Compras y creatividad. A raíz de esta sugerencia compartida y solicitada por varias empresas, en el curso 2013–2014, se creó la asignatura optativa de Compras internacionales; y en el curso 2015-2016, la asignatura optativa Creatividad y comercio digital.

B. PROGRAMA/S ESPECÍFICO/S PARA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS E INSERCIÓN PROFESIONAL (LABORAL)

El curso 2014-2015 se inició una propuesta para realizar un acompañamiento específico a los estudiantes de cuarto curso que están a punto de iniciar su camino profesional fuera de la universidad, complementario al programa global que ofrece la UPF a través del Servicio de Carreras.

Tal como hemos explicado anteriormente en el apartado 1.b, este programa se enmarca en un programa más amplio de formación al que llamamos Programa de *Career Service*. En esta segunda etapa del programa, se proporciona un acompañamiento y una asesoría individualizada a los estudiantes de cuarto curso del GNMI, para conseguir su transición definitiva al mundo profesional una vez finalizado sus estudios en ESCI-UPF.

Paralelamente, ESCI-UPF tiene implementado un Plan de Acción Tutorial que ofrece un seguimiento personalizado a los estudiantes desde el inicio de sus estudios. El objetivo es que

los estudiantes reciban un asesoramiento y seguimiento personalizado del currículum (número de créditos a matricular, progresión en los estudios…), así como una orientación en los momentos clave de su currículo académico (seguimiento de las normas de permanencia de la UPF, elección de itinerario y de asignaturas optativas, orientación para su eventual participación en programas de movilidad, realización de prácticas externas, etc.). Estos dos últimos quedan reforzados respectivamente por las figuras del Director del *Career Service* y del Jefe de Relaciones Internacionales. La evaluación de la acción tutorial se realiza de manera cualitativa en el entorno de las reuniones de coordinación académica.

a) ACCIONES DE DESARROLLO DE COMPETENCIAS PARA LA OCUPABILIDAD

i) Planificación de acciones para el desarrollo de las competencias para la inserción

El Programa de orientación profesional, enmarcado en el programa global *del Career Service*, está dirigido a estudiantes de cuarto curso del GNMI, con el objetivo de brindar asesoría en el proceso de transición al mundo profesional a través de tres tipos de acciones.

- Actividades grupales
- Asesoría individual (*One to One*)
- *Become Alumni #WWDoers*

El programa de orientación profesional es optativo y complementa la formación recibida obligatoriamente en el programa de la asignatura obligatoria de Prácticas externas de tercer curso.

Las actividades grupales se realizarán sobre tres líneas de actuación atendiendo a las temáticas más significativas para los estudiantes en el momento de finalizar sus estudios: cómo pueden encontrar un empleo, que les ofrece el mundo laboral y cómo lo han vivido antes otros perfiles similares.

- Sesión magistral de *Personal Branding* para la preparación del proceso de búsqueda de ofertas laborales y/ o, alternativas formativas–2 h.
- Sesión con Alumni: mesa redonda con testimonios de antiguos alumnos sobre cómo fue su experiencia al iniciar su carrera profesional después de graduarse en ESCI-UPF–1 h.
- Sesiones con empresas que quieren compartir sus propuestas y ofertas laborales para perfiles júnior en los ámbitos de formación del GNMI–4 h.

La asesoría individual comprende tres claves de actuación:

- Evaluación de competencias: aplicación de instrumentos psicotécnicos para el autoconocimiento de las habilidades que destacan en el perfil en cada estudiante. La estructura y el diseño de los test psicotécnicos está basado en las competencias que se contemplan también para el programa académico de la asignatura de Prácticas externas en tercer curso, y son: competencias instrumentales, interpersonales y sistémicas. (Evidencias: documentos para evaluación de competencias, véase test y ejemplo)
- Comparativa con las habilidades que los directivos de empresa valoran más en perfiles júnior del sector de negocios internacionales: resumen comparativo del perfil competencial del estudiante con las competencias que más valoran las empresas actualmente. El objetivo en este apartado es facilitar la identificación de las variables más críticas para el entorno laboral y construir los programas de mejora allí donde se identifiquen debilidades.
- CV y LinkedIn: asesoría personalizada para la revisión de los contenidos del cv y del perfil en LinkedIn, destacando las competencias para potenciar el perfil profesional en función del ámbito laboral de interés.

Como resultado, se espera que cada estudiante diseñe un plan de acción donde identifique las tareas a realizar a corto y medio plazo para alcanzar su objetivo profesional.

Una vez finalizados los estudios, desde el *Career Service Program* se promueve la continuidad del Servicio de orientación profesional y la vinculación con Alumni de ESCI-UPF y de Alumni UPF con el objetivo de reforzar el sentimiento de pertenencia a la universidad y de dinamizar el networking que ofrecerá mayores oportunidades laborales a los egresados.

Paralelamente, los estudiantes de cuarto curso reciben ofertas durante todo el año lectivo para realizar prácticas extracurriculares tanto desde la bolsa de prácticas de ESCI-UPF como del Campus Treball de la UPF (campustreball.upf.edu). Adicionalmente desde ESCI-UPF se publicitan todas las actividades que promueve y realiza el servicio de carreras profesionales de la UPF a las cuales tienen derecho de acceso los estudiantes de ESCI-UPF, y las propias que se reciben directamente en ESCI-UPF de JobBarcelona, convocatorias de ACCIÓ, ICEX, entre otros.

ii) Número de participantes

El programa de orientación profesional dirigido a los estudiantes de cuarto curso se ha puesto en marcha de forma completa a partir del curso 2015-2016. Durante el

curso 2014-2015 y como prueba piloto, se realizó asesoramiento individual a 36 estudiantes que de manera voluntaria solicitaron el servicio.

En el curso 2015-2016, el programa sigue siendo optativo para los estudiantes, pero se ha desplegado de forma completa. En esta última edición, se ha realizado asesoramiento individual a 53 estudiantes, de un total de 104 estudiantes.

La siguiente tabla muestra la participación en las actividades grupales propuestas:

Tabla 23. Tasa de participación en las actividades del Career service optativo de 4o GNMI

Actividad	**Asistentes (en valor absoluto, y relativo al total de estudiantes de 4º de GNMI - 104 estudiantes)**
Visita Unilever: "Alternativas en Trade Marketing y ofertas laborales Unilever"	32 (31 %)
Visita AECOC y su oferta laboral	52 (50 %)
Visita Acció: "Becas de prácticas internacionales para graduados"	9 (9 %)
Charla: Los 10 cargos más buscados en Marketing Digital	10 (10 %)
Clase Magistral: Personal Branding	60 (58 %)
Mesa Redonda: Testimonios de Alumni del GNMI	29 (28 %)

El nivel de participación en el programa de *Career Service* en el último curso es medio, debido, en primer lugar a que no es obligatorio, y segundo a que un 50 % de los estudiantes de este curso se encuentran ya trabajando en prácticas extracurriculares. En cualquier caso, hay un amplio margen de mejora que esperamos desarrollar el curso 2016-2017, trabajando en los canales de comunicación del programa.

iii) Satisfacción de los participantes

La satisfacción de los participantes, se ha valorado a dos niveles: por un lado, la valoración del programa de prácticas externas extracurriculares entre aquellos estudiantes que han tenido un convenio de prácticas extracurriculares en éste último curso; y por otro lado, del programa global del *Career Service* desplegado en el cuarto curso.

La satisfacción con el programa de Prácticas Externas extracurriculares, recogida en el entorno de la encuesta de final de cuarto curso, se muestra en la siguiente tabla de valoraciones.

Tabla 24. Tasa de participación en las actividades del Career Service optativo de 4o GNMI

Satisfacción con el programa de Prácticas extracurriculares (valoración 1 a 10) Tasa de participación (68 %)	***2014-2015***
Adecuación de la gestión de las prácticas no curriculares	8,06
La estancia en la empresa	7,81
El tutor de la empresa	7,7
El tutor académico	8,4

El nivel de satisfacción de los estudiantes que han realizado prácticas externas extracurriculares en el último curso de carrera es muy positivo.

Tras su primer año de implementación completa, al final del curso 2015-16 se ha solicitado la valoración en frecuencia y en satisfacción (escala 1-5) del servicio y de las actividades desplegadas por el *Career Service* de ESCI-UPF a los estudiantes de cuarto curso mediante la pregunta 'Cuando lo he necesitado he contado con asistencia por parte del *Career Service* de ESCI-UPF'. El porcentaje de respuestas valorativas ha sido relativamente bajo y se deberán establecer los mecanismos adecuados para que aumente en próximos cursos (42,5 %), pero los resultados son muy satisfactorios (frecuencia 3,3 y satisfacción 4,2).

De manera global, y a la espera de mejorar en próximas ediciones la propuesta de actividades y, en correspondencia, la satisfacción de los estudiantes respecto al programa de carreras, se valora muy positivamente el conjunto de acciones desplegadas por el *Career Service* de ESCI-UPF, tanto por los distintos indicadores recogidos en las secciones anteriores como por los resultados conseguidos en términos de inserción laboral de los graduados.

b) ACCIONES FAVORECEDORAS DE LA INSERCIÓN LABORAL

El *Career Service* gestiona una bolsa de prácticas y ofertas laborales durante el curso académico tanto para estudiantes de último curso como para recién licenciados y Alumni en sus plataformas de LinkedIn. En el curso 2015-2016, se publicaron 201 ofertas de prácticas extracurriculares (de septiembre de 2015 a mayo 2016) y 153 ofertas laborales (de septiembre de 2015 a junio de 2016). Las ofertas laborales también son validadas por el equipo de *Career Service* para garantizar su ajuste al perfil competencial y formativo de nuestros graduados (tanto recién licenciados como para perfiles con más experiencia profesional)

Además, durante el curso académico, se realizan diferentes acciones puntuales, que en el curso 2015-2016 fueron la participación o presentación en ESCI-UPF de:

- UPFeina (nov 2015)
- Talent Program Cosentino (enero 2016)
- Graduated Program Hewlett Packard (febrero 2016)
- Programa Trainees de PepsiCo (marzo 2016)
- Job Barcelona (marzo 2016)
- Feria de Mercado Virtual (marzo 2016)
- BizBarcelona (junio 2016)
- Convocatoria a Plazas para el Parlamento Europeo
- Convocatoria de empleo pública AENA (plazas de marketing y comercio exterior)
- Convocatoria de becas internacionales ACCIÓ
- Convocatoria becas ICEX
- Convenio de colaboración con MERCABARNA. Programa de becas para recién licenciados

i) Estructura y recursos personales de la unidad responsable

El programa de *Career Service* está diseñado y gestionado des del Departamento de *Career Service*, que tiene una estructura de tres profesoras, tal como se ha explicado en el punto 2. La gestión directa del programa de *Career Service* en el último curso y la orientación profesional a los alumnis los realiza Karina Henao, bajo la supervisión de la directora del programa, Rosa Colomé.

En cuanto a recursos tecnológicos, la escuela ha creado un grupo específico de LinkedIn para estudiantes de cuarto curso de GNMI en su página universitaria de LinkedIn, donde se publica toda la información relacionada en el apartado anterior. Adicionalmente, la intranet de la universidad (AulaESCI) tiene un espacio "Espai d'orientació profesional" donde se publican y comunican todas las acciones programadas desde el *Career Service Program*, así mismo como la documentación que invitados y empresas facilitan para aquellos alumnos que no pueden asistir a los eventos.

Además, se debe destacar que todos los recursos del servicio de carreras profesionales de la UPF están a disposición de la comunidad ESCI-UPF. El "Campus Treball" y su bolsa de prácticas y empleo está disponible para estudiantes de cuarto curso de GNMI y durante un año después de la finalización de sus estudios. Toda la programación de los eventos realizados por la UPF se publica en la página web de ESCI-UPF.

ii) Procedimientos de actuación

Para los estudiantes interesados en realizar prácticas extracurriculares durante su cuarto curso de GNMI existe la posibilidad de acceder a las ofertas publicadas en el grupo de LinkedIn "ESCI-UPF 2015-2016. La pertenencia y acceso a este grupo está sujeta a dos criterios: ser estudiante matriculado en cuarto curso del GNMI y que en su perfil de LinkedIn conste que está cursando sus estudios en ESCI-UPF.

(1) Proceso de publicación

Las solicitudes que llegan por parte de las empresas para vincular a estudiantes de último curso de Negocios y Marketing Internacionales están sujetas a los mismos criterios de selección de centros de prácticas y revisión de tareas explicados en el apartado "La selección del centro de prácticas y gestión del proceso de adjudicación de estudiantes".

(2) Proceso *de aplicación y adjudicación*

Los interesados en alguna o varias de las ofertas publicadas envían su Cv al departamento de *Career Service* y éste a su vez lo reenvía a la empresa de su interés. La empresa es quien, finalmente, se encarga de realizar el proceso de selección y si el candidato elegido es un estudiante de ESCI-UPF, se realiza un convenio de cooperación educativa entre nuestra universidad, la empresa y el estudiante prestando especial atención en que el horario de colaboración en la empresa no se solape con las asignaturas matriculadas en cada trimestre.

Además, los estudiantes de 4o del GNMI pueden acceder a las ofertas de prácticas publicadas a través del Campus Treball de la UPF. Para tal efecto, una vez actualizado su perfil y CV en la misma herramienta online (Campus Treball), pueden aplicar a las ofertas que tienen a su disposición por parte de las empresas que indiquen que quieren un perfil ESCI-UPF para cubrir sus vacantes. El seguimiento del proceso, una vez elegido el candidato, es el mismo citado en los párrafos anteriores.

iii) Volumen de actividades

(1) Ofertas y demandas

La siguiente tabla presenta un resumen cuantitativo del volumen de ofertas y convenios extracurriculares gestionados en el GNMI desde su creación. Se debe tener en cuenta que las prácticas extracurriculares solo pueden efectuarse cuando el estudiante ha superado el 50 % de sus créditos académicos.

Tabla 25. Volumen de ofertas y convenios extracurriculares del GNMI

	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016
Ofertas extracurriculares publicadas	100	152	211	201
Convenios (estudiantes 4o GNMI)	44 (47 convenios)	84 (99 convenios)	57 (64 convenios)	63 (74 convenios)
Estudiantes matriculados	76	90	110	104

(2) Participación estudiantes

De los datos antes descritos podemos resaltar el importante esfuerzo que realizan los estudiantes del GNMI por mejorar su perfil profesional al combinar, de manera voluntaria, sus estudios con sus prácticas extracurriculares, lo cual les da una ventaja competitiva al salir al mercado laboral recién titulados y con un promedio de 5,7 meses de experiencia profesional en cuarto curso. Si a ello, le sumamos el periodo de prácticas obligatorio desarrollado en tercer curso, podemos ver como una amplia mayoría de nuestros estudiantes se enfrentan al mundo laboral con una experiencia previa de más de 9 meses. Este aspecto les aporta una ventaja competitiva muy marcada para alcanzar con mayor facilidad sus objetivos profesionales pues las tareas que desempeñan están directamente relacionadas con el perfil formativo que han cursado.

Es importante destacar dos evoluciones en aquellos estudiantes que deciden continuar prácticas extracurriculares durante el último curso académico. Un grupo de estudiantes continúan sus prácticas en la misma empresa donde iniciaron sus prácticas curriculares durante el tercer curso, lo que permite una inserción laboral en la misma empresa. Otro grupo de estudiantes deciden cambiar de empresa e incluso de sector para tener un conocimiento más variado de lo que les espera en el mercado laboral, cosa que también potencia sus competencias profesionales, tales como flexibilidad, adaptación y creatividad.

Para el curso 2014-2015, fueron 36 los estudiantes que realizaron prácticas extracurriculares en la misma empresa donde realizaron las prácticas curriculares, lo cual corresponde a un 57 % del total del volumen total de prácticas realizadas en dicho curso. Los otros 27 estudiantes que realizaron prácticas extracurriculares lo hicieron en una empresa diferente y 11 tuvieron convenio con dos empresas diferentes durante el mismo curso.

iv) Resultados de inserción laboral

(1) Porcentaje de personas que acceden al primer trabajo mediante las prácticas en los estudios

Los estudiantes del Grado en Negocios y Marketing Internacionales que acceden al primer trabajo a través de las prácticas de estudio son del 25,3 %, que es un valor parecido al que conseguían los estudiantes del GSCI de ESCI-UPF, tal como mostraba la última encuesta de AQU sobre Inserción Laboral (2014) y que está por encima de la media de Economía y ADE y del de Ciencias Sociales.

Tabla 26. Vía de acceso al primer trabajo a través de las prácticas de estudios (encuesta propia, AQU 2014)

	Prácticas de estudios
GNMI	
GNMI – Promoción 2015	25,3 %
GNMI – Promoción 2014	15,2 %
GNMI – Promoción 2013	17,0 %
AQU 2014 (promoción 2010)	
AQU – Grado Superior en Comercio Internacional	24,14 %
AQU – Economía y ADE	13,58 %
AQU – Ciencias Sociales	11,01 %

(2) Porcentaje de personas que acceden al primer trabajo mediante la bolsa de trabajo de las universidades

Según la encuesta de inserción laboral de AQU (2014), el 10,34 % de los graduados superiores de Comercio Internacional acceden a su primer trabajo a través de la bolsa de trabajo de la universidad. Este indicador es superior a la media en el ámbito social, y se mantiene de media, para las tres promociones del Grado en Negocios y Marketing Internacionales.

Tabla 27. Vía de acceso al primer trabajo a través de la bolsa de trabajo de la universidad (AQU 2014, encuesta propia)

	Bolsa de trabajo de la universidad
GNMI	
GNMI – Promoción 2015	8,0 %
GNMI – Promoción 2014	15,2 %
GNMI – Promoción 2013	5,0 %
AQU 2014 (promoción 2010)	
AQU – Grado Superior en Comercio Internacional	10,34 %
AQU – Economía y ADE	14,69 %
AQU – Ciencias Sociales	6,31 %

Uno de los objetivos del programa *Career Service* es, no solo mantener los elevados niveles de ocupabilidad del grado, sino conseguir que las empresas que valoran el perfil de los estudiantes de GNMI en el programa de prácticas, también acuda a la universidad a buscar este perfil cuando tengan ofertas laborales. En el caso de las prácticas, las empresas tienen muy claro que ESCI-UPF ofrece un programa consolidado de prácticas, y estamos trabajando para que esto también se consolide en el caso de ofertas laborales. Tal como muestra la tabla anterior, aunque estamos en valores superiores de media al del ámbito de Ciencias Sociales, tenemos margen de mejora en los próximos años.

v) Seguimiento Alumni

Una vez los estudiantes finalizan su periodo formativo, mantienen el nexo con la universidad al considerar el recién graduado como un importante activo para la sociedad y para la comunidad educativa. El Career Service Program también realiza seguimiento y presta servicios de asesoría personalizada para los Alumni que lo soliciten. Existe una plataforma online, exclusiva para Alumni ESCI-UPF, donde se fomenta el Networking y la comunicación de actividades de interés para los profesionales del marketing y negocios internacionales y donde se ubica el servicio de bolsa de trabajo que se mantiene activo sin límite de pertenencia en el tiempo para los miembros de esta red online.

Adicionalmente, se realiza un seguimiento pormenorizado de la situación laboral de los Alumni, mediante la realización de una encuesta de inserción laboral, pasados seis meses de la finalización de sus estudios.

Finalmente, también se ofrecen diversas opciones para que los Alumni puedan seguir aportando a la comunidad ESCI-UPF su experiencia o conocimientos utilizando diferentes vías: publicando ofertas en la bolsa de trabajo de la universidad, dirigiendo TFG o participando en charlas temáticas para alumnos y exalumnos. Todos estos instrumentos fomentan la comunicación con nuestros profesionales y fortalecen el vínculo una vez han dejado la universidad.

C. RESULTADOS GENERALES DE INSERCIÓN LABORAL (ENCUESTA AQU CATALUNYA)

A partir de las encuestas de AQU sobre inserción laboral de los graduados, se constata que el Grado Superior en Comercio Internacional y el actual Grado en Negocios y Marketing Internacionales tienen unos resultados muy favorables en datos tanto absolutos como comparativos. A continuación se detallan los indicadores pertinentes de inserción laboral:

a) ESTATUS DE INSERCIÓN LABORAL

Tal como hemos constatado anteriormente, la encuesta de AQU Cataluña 2014 tiene en cuenta datos procedentes de los titulados de la extinto Grado Superior en Comercio Internacional; que complementamos con los datos de las encuestas de inserción laboral propias de ESCI-UPF para el Grado en Negocios y Marketing Internacionales.

i) Ocupación y su adecuación

(1) Situación laboral (comparación con datos EPA y titulaciones similares)

Según la encuesta de inserción laboral de AQU, la tasa de ocupación de los graduados superiores en Comercio Internacional es del 96,55 %, siendo la media de Economía y Empresa del 91,92 % y del 85,59 % de las titulaciones del área social.

Si comparamos este dato con los datos la Encuesta de Población Activa (EPA), la tasa de ocupación en el 3r trimestre de 2014 (porcentaje de ocupados respecto de la población que busca trabajo) se sitúa en el 45,44 %. Tal como se puede comprobar, la tasa de ocupación de los graduados superiores en Comercio Internacional es muy superior a la media estatal.

Este dato positivo se confirma en la tasa de ocupación de los graduados en Negocios y Marketing Internacionales, que consiguen una tasa de ocupación media del 85% a los seis meses de finalizar el grado.

Tabla 28. Tabla de ocupación (AQU 2014, encuesta propia)

Estatus de inserción	Ocupado	Parado	Inactivo
Grado Negocios y Marketing Internacional (encuesta propia)			
GNMI – Promoción 2015	87,5 %	6,25 %	6,25 %
GNMI – Promoción 2014	89 %	6 %	5 %
GNMI – Promoción 2013	78 %	-	-
Referente AQU 2014 (promoción 2010)			
AQU – Grado Superior en Comercio Internacional	96,55 %	0 %	3,45 %
AQU – Economía y ADE	91,92 %	5,44 %	2,30 %
AQU – Ciencias Sociales	85,59 %	10,72 %	3,69 %

(2) Nivel retributivo

En este punto sólo compararemos los datos del informe de AQU, ya que la información que se obtiene es la de graduados después de tres años de haber finalizado la carrera, mientras que en nuestro caso, la encuesta propia se hace a los seis meses y, por lo tanto, la evolución salarial es mínima.

En los resultados de AQU se aprecia que los graduados superiores en Comercio Internacional se sitúan en niveles retributivos parecidos a los de ADE y Economía. Es especialmente relevante que el porcentaje de mileuristas es el más bajo, situándose en un 7,14 %.

Tabla 29. Nivel retributivo (AQU 2014)

Nivel retributivo	≤1000€ al mes	Entre 1000 y 2000 € al mes	>2000 € al mes
Referente AQU 2014 (promoción 2010)			
AQU – Grado Superior en Comercio Internacional	**7,14 %**	**46,43 %**	**46,43 %**
AQU – Economía y ADE	8,68 %	38,24 %	53,04 %
AQU – Social	30,27 %	48,94 %	20,79 %

(3) Estabilidad laboral

Del informe de inserción laboral de AQU se deduce que los graduados superiores en Comercio Internacional tienen mayoritariamente un contrato fijo (68,97 %), por encima del porcentaje de Economía y ADE, y del equivalente del ámbito social.

Destaca el nivel de emprendimiento de nuestros graduados, ya que el 17,24 % trabajan como autónomos, un porcentaje claramente superior a la media del Sistema Universitario Catalán que se sitúa en el 6,4 % y superior al de Economía y ADE, que se sitúa en el 14,36 %.

Tabla 30. Tipo de contrato (AQU 2014)

Tipo de contrato	Fijo	Autónomo	Temporal	Becario	Sin contrato
Referente AQU 2014 (promoción 2010)					
AQU – Grado Superior en Comercio Internacional	68,97 %	17,24 %	13,79 %	-	-
AQU – Economía y ADE	67,44 %	14,36 %	16,50 %	1,37 %	0,34 %
AQU – Ciencias Sociales	50,33 %	10,34 %	36,25 %	1,85 %	1,24 %

(4) Desarrollo de funciones universitarias propias

Una forma de conocer si el graduado desarrolla funciones universitarias propias de su titulación, es preguntar si uno de los requisitos del trabajo actual era o no tener titulación universitaria, y si era el caso, si requerían la titulación específica a su área de conocimiento.

Revisando los datos de la tabla siguiente, podemos comprobar que los graduados superiores en Comercio Internacional, y de forma análoga los graduados en Negocios y Marketing Internacionales acceden a puestos de trabajo en los que se exige mayoritariamente una titulación universitaria específica. En muy pocos casos, los trabajos actuales de los graduados de ESCI-UPF están asociados a puestos de trabajo que no requieren de titulación universitaria para el mismo; en nuestro caso estos casos se sitúan en torno al 6 % de media, mientras que en el caso de Economía y ADE se sitúa en torno al 20 %. Este último dato es altamente satisfactorio para nuestra titulación porque indica que nuestros graduados acceden a puestos de trabajo que en el 94 % de los casos requiere una titulación universitaria.

Tabla 31. Requisitos para el trabajo actual (AQU 2014, encuesta propia)

	Titulación específica	Titulación universitaria	Ninguna titulación
Grado Negocios y Marketing Internacionales (encuesta propia)			
GNMI – Promoción 2015	53 %	40 %	7 %
GNMI – Promoción 2014	64 %	32 %	4 %
GNMI – Promoción 2013	58 %	34 %	8 %
Referente AQU 2014 (promoción 2010)			
AQU – Grado Superior en Comercio Internacional	52 %	28 %	20 %
AQU – Economía y ADE	56 %	24 %	20 %
AQU – Ciencias sociales	55 %	16 %	29 %

ii) Formación y cumplimiento laboral. Vacío competencial (*skill gap*)

El vacío competencial se valora a partir de los diferentes elementos de contratación que identifica AQU y que permiten una comparación con titulaciones similares para identificar puntos fuertes y débiles de nuestra titulación respecto a las necesidades del mercado laboral.

La tabla 22 mostraba la valoración que los egresados hacían de los diferentes elementos de contratación considerados por los ocupadores. La tabla mostraba que el Grado Superior en Comercio Internacional consigue unas valoraciones superiores en todos los factores de contratación respecto a las titulaciones equivalentes. Además en algunos ítems, como en la formación en idiomas y habilidades sociales y personales se consiguen valores muy elevados.

Es importante identificar la diferencia comparativa de nuestra titulación respecto las de referencia. Por ello, la siguiente tabla muestra la diferencia relativa de cada factor como la diferencia entre el valor en nuestra titulación y el valor en la titulación comparada dividido por el valor en la titulación comparada.

Tabla 32. Diferencia relativa de los factores de contratación (AQU 2014, escala 1-7)

	Grado Superior en Comercio Internacional (respecto a Economía y ADE)	**Grado en Comercio Internacional (respecto a Ámbito Social)**
Conocimientos teóricos	2 %	6 %
Conocimientos prácticos	14 %	13 %
Formación en idiomas	36 %	62 %
Habilidades sociales y personales	6 %	10 %
Capacidad de gestión y planificación	6 %	12 %
Capacidad de trabajar en grupo	5 %	9 %
Formación global universitaria	8 %	14 %

De la tabla anterior se destaca que la formación global de los graduados de ESCI-UPF es globalmente superior, y muy superior en los factores de conocimientos prácticos y de formación en idiomas.

SÍNTESIS

El Grado en Negocios y Marketing Internacionales es un grado con clara orientación profesionalizadora, tanto en su diseño integral, como en la implementación real en el despliegue a través del plan docente y del profesorado que lo imparte.

El Grado en Negocios y Marketing Internacionales incorpora un Programa integral de Career Service que acompaña a los estudiantes del GNMI desde el inicio del tercer curso, con la asignatura obligatoria de Prácticas externas, hasta su completa integración como graduados en el mercado laboral. Este programa tiene una excelente valoración por parte de todos los implicados; empresas, estudiantes y universidad; y consigue unos niveles excelentes de empleabilidad en un breve periodo de tiempo.

Así pues, por todo lo que se acaba de exponer, el centro considera que el Grado en Negocios y Marketing Internacionales alcanza con calidad la dimensión adicional de Desarrollo e Inserción Profesionales.