



**Autoinforme de seguimiento Curso 2024/25
(Convocatoria 2026)**

MÁSTER EN: Dirección de Marketing Digital y Social

**CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales y de la
Comunicación**

Elaborado:	Aprobado:
Comisión de Garantía de Calidad del Centro	Junta de centro
Fecha: 11/03/2026	Fecha: 11/03/2026

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO

Universidad	Universidad de Cádiz	
ID Ministerio	431323	
Denominación del título	Máster en Dirección de Marketing Digital y Social	
Curso académico de implantación	2014/2015	
Web de la titulación	https://ccsociales.uca.es/master/master-universitario-en-direccion-de-marketing-digital-y-social/	
Oferta de título doble	SÍ	
	NO	X
En su caso, especificar la/las titulación/es y el/los centro/s	-	
En caso de ser un título conjunto, especificar las universidades donde se imparte	-	
Modalidad de enseñanza (presencial, semipresencial-híbrida, virtual, a distancia)	Presencial	
En su caso, fecha de la última renovación de la acreditación	17/06/2021	
En su caso, créditos prácticos obligatorios	-	-
En su caso, estructuras curriculares específicas	-	-

1) INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE (IPD): WEB

Para garantizar que la información del título y Centro, se encuentra accesible y actualizada, anualmente se revisa en el seno de la Comisión de Garantía de Calidad, conforme al proceso P01 - Difusión de la Información (<https://goo.su/eLrA>), teniendo en cuenta las necesidades detectadas, en su caso, en los Informes de ACCUA y el informe resultante de la auditoría interna realizada por la Inspección General de Servicio sobre la IPD.

La información que publica la web de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (<https://ccsociales.uca.es>) es la necesaria para que los grupos de interés puedan llevar a cabo sus actividades académicas, docentes o de investigación con éxito. En este apartado se pueden encontrar, los enlaces a las páginas específicas de las titulaciones, normativa, información sobre orientación académica, prácticas en empresa, información de actualidad y otra información útil para el personal de la UCA y especialmente para los estudiantes.

La información pública del Máster de Dirección de Marketing Digital y Social se elabora, habitualmente, de acuerdo con los protocolos en vigor de ACCUA. Esta se encuentra disponible en la página Web del título (<https://bit.ly/34XMqop>) y se elabora, habitualmente, de acuerdo con los protocolos en vigor de la DEVA, tratando de satisfacer las demandas de información de los diferentes grupos de interés, pero, a la vez, intentando que sea comprensible y de fácil acceso para el estudiante.

En dicha web el título publica información completa y actualizada sobre las características del programa y su desarrollo operativo, los resultados alcanzados y la satisfacción de los grupos de interés, así como al Sistema de Garantía de Calidad donde se incluye información sobre los responsables del mismo, los procesos y procedimientos, así como el Plan de Mejora

del título. Asimismo, la web da acceso a las diferentes normativas académicas y sistemas de apoyo específicos para el alumnado una vez matriculado y a los documentos oficiales del título (Memoria, Autoinformes, informes ACCUA, etc.).

Además, como está previsto en el PO1 del Sistema de Garantía de Calidad, se sigue un procedimiento de la revisión y actualización de la IPD del título en las auditorías realizadas por la Inspección General de Servicios (a los títulos previstos en su planificación) por lo establecido en el protocolo para el seguimiento de los títulos universitarios de Grado, Máster y Doctorado, de 21/10/2022 – V1.

También, la web ofrece acceso a planificación académica - guía docente del curso, la cual ofrece información sobre el calendario académico, programas de las asignaturas, horarios de clase, exámenes, guías docentes de cursos anteriores, movilidad, prácticas y a Trabajos de Fin de Máster.

Así, se pueden encontrar, las fichas de las asignaturas (<http://asignaturas.uca.es>) que contienen el programa docente de cada una de ellas.

La información facilitada incluye el calendario académico de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, así como la programación de las clases, con un cronograma con información sobre cada clase, así como los horarios de exámenes.

La página Web del Máster incluye una información detallada para facilitar la realización del Trabajo Fin de Máster a los estudiantes, proporcionando información no solo sobre la normativa, plazos, tribunales y aspectos de gestión sino también proporcionando la ayuda para que los estudiantes puedan realizar un mejor trabajo y resolver sus dudas principales.

También se ofrece la descripción de los perfiles básicos del profesorado (número de profesores/as, número de doctores/as, categorías y acreditaciones, méritos docentes -en caso de profesorado no acreditado-, méritos de investigación -en caso de profesorado no doctor-, número de quinquenios y sexenios, áreas de conocimiento en las que imparten docencia, número de ECTS asumidos en las materias) y de otros recursos humanos necesarios y disponibles; medios materias y servicios disponibles (espacios docentes, instalaciones y equipamientos académicos, laboratorios, aulas informáticas...).

La información pública disponible se ha completado de forma sustancial en los últimos años, incrementando la cantidad y calidad de la información. Especialmente se ha completado la información para los nuevos estudiantes, la información disponible sobre el desarrollo del curso en forma de cronograma detallado, así como información sobre las asignaturas específicas. Y especialmente se ha completado la información disponible sobre los Trabajos Fin de Master. También se ha agrupado la información en una página específica del título y se ha simplificado la estructura de la información y el acceso a la misma.

En autoinformes anteriores ya se incluyeron las acciones 1 y 2 sobre la recomendación 1 del autoinforme de renovación, en la que se identificaban las causas de la baja satisfacción del alumnado con la información pública y se establecían una serie de mejoras: la creación de perfiles de redes sociales oficiales para el Máster, concretamente en Facebook, Instagram y LinkedIn, elaborando contenido atractivo para los diferentes grupos de interés. En la página web del Máster han quedado especificados los enlaces de dichas redes sociales. Además, se ha elaborado un nuevo cronograma en el que se refleja para cada sesión el título y una descripción del contenido de la misma. Para esto se han mantenido reuniones con los coordinadores de las asignaturas y estos han entregado una descripción para cada sesión. Con esto se logra que los estudiantes tengan una información actualizada del contenido que se va a impartir en el Máster. Además, se ha llevado un proceso de actualización continua del cronograma, con una actualización constante de la misma, informando a los estudiantes de cualquier cambio a través de un campus virtual de coordinación, el cual se ha creado como canal de comunicación con el alumnado.

Los indicadores de satisfacción del estudiantado y profesorado con la IPD forman parte del Sistema de Garantía de Calidad, PO1 – Proceso de difusión de la información. Estos indicadores se analizan y son utilizados para la mejora del título a través de este autoinforme, donde se detectan los puntos fuertes, puntos débiles y se diseñan, en este último caso, acciones de mejora.

Tal como se observa en los indicadores ISGC-PO1 del anexo I, la satisfacción del PDI con la información pública para el curso 2024/25 es de 4,38, manteniéndose alta al igual que el curso pasado. La satisfacción de los estudiantes con la información pública también ha aumentado respecto el curso anterior, superando la puntuación de 3,71. Igualmente la del PAS ha aumentado siendo esta del 3,67.

Puntos fuertes

- Incremento de forma sustancial la cantidad y calidad de la información proporcionada por la página web del título.
- Simplificación y mejora en el acceso a la información fusionando información dispersa.

2) SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE LA CALIDAD

El Consejo de Gobierno de la Universidad de Cádiz aprobó el 28 de junio de 2021 la versión 3 del Sistema de Garantía de Calidad de los Centros y Títulos de la UCA, entrando en vigor el 1 de octubre del mismo año. Dicha versión ha sido revisada y actualizada, tras su primer año de implantación, obteniendo el visto bueno del Consejo de Calidad de la UCA el 23 de noviembre de 2022 y aprobada por Consejo de Gobierno en enero de 2023.

Este Sistema se compone de:

- Manual de Calidad
- 8 Procesos
- Protocolos/procedimientos propios de cada Centro.

En el Manual de Calidad se identifican a los responsables dentro del Sistema y se relacionan las funciones que ostentan en el mismo. Los grupos de interés están identificados en el capítulo 3 articulándose su implicación en los propios procesos del Sistema, fundamentalmente a través de las distintas comisiones y órganos de decisión previstos y/o manifestando su opinión a través de los procesos de recogida de información sobre su satisfacción.

Los 8 procesos se estructuran en los siguientes apartados:

- 1) Objeto
- 2) Desarrollo
- 3) Seguimiento y medición (indicadores y evidencias). Las fichas técnicas de los indicadores se ubican en el Anexo II de cada proceso
- 4) Herramientas y formatos: desarrollados en el Anexo 1 de cada proceso
- 5) Cronograma/s: se desarrolla gráficamente el proceso a través de actuaciones con sus responsables, fechas de ejecución y, en su caso, registros o evidencias de las mismas.

En base al P02- Proceso para la revisión de la gestión de la calidad la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación aprobó su Política de Calidad en sesión de Junta de Facultad del pasado 01/07/2022 del pasado 01/07/2022 (<https://tinyurl.com/kexpdb3p>). Dicha Política de Calidad se encuentra alineada con la [Política de Calidad de la UCA](#). Así mismo, la Facultad de Ciencias Sociales, tiene publicada en su página web, un apartado de calidad, en el apartado planificación rendición de cuentas se resumen todas las actuaciones relacionadas con el SGC, así como la forma en que se hace pública a los distintos grupos de interés.

La Comisión de Garantía de Calidad de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación está compuesta por:

Decano de la Facultad: José Antonio López Sánchez
Secretaría Académica del Centro: Rosario Díaz Ortega
Vicedecano de Ordenación Académica y Calidad: Serafín Cruces Montes
Vicedecana de Estudiantes, Cultura, Participación y Empleabilidad: Esther Simancas González
Vicedecano de Investigación: Beltrán Roca Martínez
Responsable de Calidad: Carmen Dolores Ramos González
Responsable de prácticas: José María Pablos Teijeiro
Coordinación de Títulos:

- Grado en Gestión y Administración Pública: María del Mar Bornay Barrachina

- Grado en Marketing e Investigación de Mercados: Diego Gómez Carmona
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas: Paloma Sanz Marcos
- Grado en Turismo: María Vázquez Amador
- Máster en Gestión y Administración Pública: Gabriel Ruiz Garzón
- Máster en Dirección Turística: Margarita Ruiz Rodríguez
- Máster en Dirección de Marketing Digital y Social: Miguel Ángel Sánchez Jiménez
- Máster en Dirección Estratégica e innovación en Comunicación: Lucía Benítez Eizaguirre
- Máster en Investigación y Análisis del Flamenco: Francisco Perujo Serrano

Alumnado representante de Grados y Másteres:

- Grado en Gestión y Administración Pública – Alba Pérez Moneo
- Grado en Turismo – Ibrahima Dior
- Grado en Marketing e Investigación de Mercados – Paula Ordoñez Martín
- Grado en Publicidad y Relaciones Públicas – Lucía Gómez Reyes
- Máster en Dirección Estratégica e innovación en Comunicación: Helena Montesinos García
- Máster en Gestión y Administración Pública – Maglek Katerine Soto
- Máster en Dirección de Marketing Digital y Social – Eric Adrian Gutiérrez Gómez

Esta Comisión cuenta con un Reglamento de funcionamiento que se puede consultar en el siguiente enlace:

<https://ccsociales.uca.es/organos-de-gobierno/comision-de-garantia-de-calidad/>

En cuanto a la gestión documental del sistema, éste se articula a través:

- La web del título
- El Sistema de Información de la UCA: informes de indicadores
- Espacio UCADRIVE del Centro: para toda aquella documentación cuyo contenido, por sus características, no sea posible o conveniente publicarla “en abierto”.

Hay que señalar que, dado que la Universidad de Cádiz está en proceso de solicitar en los próximos años la Acreditación Institucional de todos sus Centros y, al mismo tiempo, debe continuar realizando el seguimiento y renovación de la acreditación de sus títulos (con sus nuevos protocolos de 2022), en estos momentos estamos en un período transitorio con respecto a la gestión de la documentación del Sistema, combinado para el repositorio de las evidencias y registros las tres plataformas indicadas.

En el P03- Proceso de diseño, seguimiento y mejora de los programas formativos se define tanto la sistemática a seguir en el diseño, revisión y mejora del título como para la suspensión o extinción del mismo y se definen los mecanismos de coordinación de los títulos conjuntos o interuniversitarios. Todo ello respetando lo estipulado en el [Reglamento UCA/CG03/2020, de 18 de febrero, para la Creación, modificación, suspensión, extinción y gestión de títulos oficiales en la Universidad de Cádiz](#)

El título cuenta con un Plan de Mejora actualizado a partir del análisis y revisión de la información recogida a través de los diferentes procesos del SGC, incluidos los procesos de evaluación externa (ACCUA). En cada una de las acciones de mejora se identifican los indicadores que midan las acciones, los responsables, el nivel de prioridad, la consecución y la temporalización.

En la página web del centro, en el apartado de Sistema y Garantía y Calidad (<https://ccsociales.uca.es/sistema-de-garantia-de-calidad-del-centro>), se establece la información sobre el cuadro de mando, el informe de gestión y el Plan director del Centro. Las actas de la comisión están especificadas en el UCADRIVE del centro (<https://goo.su/vk8B5>). Sobre los Planes de contingencia o de prevención de riesgo antes situaciones excepcionales existe una adenda al SGC donde se recoge esta información a nivel UCA: <https://ucalidad.uca.es/wp-content/uploads/2023/03/PROCEDIMIENTO-DE-LA-ADENDA-AL-SGC-020720.pdf?u>.

Puntos fuertes

- Sistema de Garantía de Calidad en continua mejora con unos instrumentos y plataformas (sistema de información de la UCA, plataforma de gestión de títulos, COLABORA) que facilitan su seguimiento.

- El título y el Centro poseen un Sistema de Garantía de Calidad consolidado, donde la cultura de calidad cada vez se está extendiendo más entre los distintos estamentos del mismo
- Sistema de Garantía de Calidad que facilita el control, seguimiento y mejora del título.

Fecha del informe ACCUA (Especificar tipo de informe ACCUA) (*)	Recomendaciones recibidas (Aspectos para la mejora del título y/o Aspectos que deben ser subsanados)	Acciones de mejora para dar respuesta a estas recomendaciones
Informe de seguimiento 2026	<p><i>Recomendación nº 1:</i> Se debe unificar y centralizar en un único espacio web accesible toda la documentación relativa al Sistema Interno de Garantía de Calidad del título (procesos, responsables, normativa, composición de la CGC, documentación de seguimiento, informes ACCUA, autoinformes y planes de mejora), mejorando así la accesibilidad, la coherencia y la claridad de la información para los grupos de interés.</p>	<p>Acción 1: Se va a consultar con el decanato de la Facultad para que pueda realizarse la unificación de la documentación relativa al Sistema Interno de Garantía y Calidad.</p> <p>Evidencia 1: https://goo.su/33aUY</p>
Informe de seguimiento 2026	<p><i>Recomendación nº 2:</i> Se recomienda continuar avanzando en la centralización y accesibilidad de la documentación del SGC, de manera que los responsables académicos y los grupos de interés dispongan de un acceso más integrado a procesos, normativa, indicadores y evidencias, evitando la dispersión entre diferentes espacios institucionales.</p>	<p>Acción 1: Para la documentación del SGC se ha abandonado el espacio COLABORA y en su lugar se ha añadido el UCADRIVE para la información confidencial, completando la página web.</p> <p>Evidencia 1: - Enlace a UCADRIVE del centro: https://goo.su/8hXpZgw - Enlace a la página web del Máster: https://goo.su/33aUY</p>
Informe de seguimiento 2026	<p><i>Recomendación nº 3:</i> Se recomienda reforzar la trazabilidad documental y pública del funcionamiento anual del SGC, sistematizando en un informe o resumen la información clave del título (indicadores, análisis, acuerdos de la CGC y acciones de mejora) para facilitar su comprensión por parte de los grupos de interés.</p>	<p>Acción 1: La información sistematizada clave del título es el propio autoinforme de seguimiento, este incluye indicadores, enlace a las actas de comisiones, etc. el cual se elabora anualmente junto al plan de mejora.</p> <p>Por otro lado, la Facultad de Ciencias Sociales, tiene publicada en su página web, un apartado de calidad, en el apartado planificación rendición de cuentas se resumen todas las actuaciones relacionadas con el SGC, así como la forma en que se hace pública a los distintos grupos de interés.</p> <p>Evidencia 1: - Autoinformes del título: https://goo.su/8uEEvY5 - Apartado de calidad del centro: https://goo.su/5sCx5</p>
Informe de seguimiento 2026	<p><i>Recomendación nº 4:</i> Se recomienda profundizar en la vinculación explícita entre los indicadores del SGC y las acciones de mejora recogidas en el Plan, destacando en futuros autoinformes cómo las medidas implantadas han influido en la evolución de tasas académicas, en la satisfacción del estudiantado y en la calidad de procesos clave como coordinación docente, TFM y orientación.</p>	<p>Acción 1: Se tiene en cuenta profundizar en la vinculación entre los indicadores del SGC y las acciones de mejora.</p> <p>Evidencia 1: Autoinformes del título: https://goo.su/8uEEvY5</p>
Informe de seguimiento 2026	<p><i>Recomendación nº 5:</i> Se deben reforzar los mecanismos de coordinación docente, especialmente en lo relativo a la homogeneidad metodológica, la planificación conjunta y la coherencia interna entre asignaturas, asegurando la aplicación efectiva de las medidas ya iniciadas (revisión de contenidos, reorganización de ponentes externos, secuenciación de actividades y uso del sistema compartido de información). Este refuerzo debe orientarse a garantizar la continuidad pedagógica del programa y a mejorar los resultados de satisfacción del alumnado, en particular los reflejados en el indicador ISGC-P04-10.</p>	<p>Acción 1: Realizar reuniones con los coordinadores y profesores implicados en el contenido y el sistema de enseñanza del título para reforzar los mecanismos de coordinación docente asegurando la aplicación efectiva de las medidas.</p> <p>Acción 2: Realización de entrevistas con el alumnado una vez finalizado el periodo docente del Máster para conocer, en este caso, la satisfacción de los mismos con la coordinación docente.</p> <p>Acción 3: Mejora de la coordinación entre asignaturas y la coherencia interna de cada asignatura.</p> <p>Acción 4:</p>

	<p>Reorganización de algunos ponentes externos, sobre todo en la asignatura de “estrategias de marketing digital”.</p> <p>Acción 5: Elaboración del cronograma del Máster teniendo en cuenta toda la información de cada asignatura, reflejando el título para cada sesión y una descripción del contenido de la misma.</p> <p>Acción 6: Creación y desarrollo de la asignatura de coordinación en el campus virtual para una mejor comunicación con el alumnado.</p> <p>Acción 7: Establecer un sistema de información mediante unos documentos compartidos a través de una carpeta, donde los profesores completan un informe de los contenidos realmente impartidos, las prácticas realizadas y los programas utilizados.</p> <p>Acción 8: Contratación de un servidor/hosting para el alumnado, a través del cual se le enseña a elaborar una página web sobre un negocio ideado por ellos y puedan realizar prácticas reales sobre los contenidos de estrategia de marketing digital que se imparten. En este sentido se produce una coordinación entre las asignaturas de “herramientas informáticas para el marketing digital” (en las que se les enseña a usar el servidor/hosting y a crear la web) y “estrategias de marketing digital en la empresa” (en la que aprenden a implementar el contenido de estrategias de marketing digital en la web).</p> <p>Evidencia 1 y 3: Actas de reunión con coordinadores de asignaturas 21/22 https://goo.su/soPT2KXç https://goo.su/SvxzY 22/23 https://goo.su/qKvqj https://goo.su/dIOS1 23/24 https://goo.su/NY0g 24/25 https://goo.su/iNERn</p> <p>Evidencia2: Entrevista con el alumnado 23/24 https://goo.su/uU13v 24/25 https://goo.su/sTKsX</p> <p>Evidencia 4 y 5: Cronograma curso 21/22: https://goo.su/KFsGh Cronograma curso 22/23: https://goo.su/Gxb7xUp Cronograma curso 23/24: https://goo.su/G2ENf Cronograma curso 24/25: https://goo.su/BwT2q2</p> <p>Evidencia 6: - Asignatura de coordinación en el campus virtual curso 21/22: https://goo.su/j2zze https://goo.su/cVi8 - Asignatura de coordinación en el campus virtual curso 22/23 https://goo.su/9hz93QQ https://goo.su/QAJluVz - Asignatura de coordinación en el campus virtual curso 23/24 https://goo.su/3lhdxZ https://goo.su/Y64iM - Asignatura de coordinación en el campus virtual curso 24/25 https://goo.su/zrqAdz https://goo.su/uzJ6HwR</p>
--	---

		<p>Evidencia 7: Captura de carpetas con el contenido de las asignaturas compartidas por Google Drive 21/22 https://goo.su/4JmA7 22/23 https://goo.su/5wYKNM 23/24 https://goo.su/2FgB6iN 24/25 https://goo.su/QNGSR</p> <p>Evidencia 8: 24/25 Factura servidor/hosting: https://goo.su/VwqgOW Instrucciones servidor/hosting para el alumnado: https://goo.su/oDDE</p>
Informe de seguimiento 2026	<p>Recomendación nº 6: <i>Se recomienda continuar reforzando la participación del profesorado en acciones formativas institucionales, especialmente en ámbitos de innovación docente, actualización metodológica y uso avanzado de herramientas digitales, con el fin de consolidar la tendencia positiva ya observada y fortalecer la coherencia pedagógica del programa en línea con los estándares europeos de calidad.</i></p>	<p>Acción 1: Plantear a los coordinadores de las asignaturas del Máster la creación de un grupo de innovación docente que pueda abarcar acciones o proyectos sobre innovación docente orientadas al Máster.</p>
Informe de seguimiento 2026	<p>Recomendación nº 7: <i>Se deben incorporar indicadores institucionales específicos sobre la satisfacción del personal de apoyo (PAS y personal técnico) vinculado al máster y realizar un análisis más detallado de su suficiencia cuantitativa en el marco del SGC, de forma que pueda valorarse adecuadamente su contribución al funcionamiento del título e integrarse esta información en el Plan de Mejora.</i></p>	<p>Acción 1: Desde el SGC de la UCA, todos los años en el mes de abril se lanza la encuesta a los PTGAS y PTGAS de centros adscritos. Pero desde el año 2022, en vez de lanzarlo por título, se decidió por el SGC de la UCA, lanzarlo por centros. Esto es debido a que no hay PTGAS adscrito a un título concreto sino a un centro, y por tanto, no tenían sentido los resultados obtenidos.</p> <p>El indicador se encuentra en ISGC-P07-04: Grado de satisfacción global del PAS con el Centro. Se incorpora esta información en el autoinforme.</p> <p>Evidencia 1: https://ucalidad.uca.es/wp-content/uploads/2026/02/P07-Resultados_SGCCVFINAL.pdf?u</p>
Informe de seguimiento 2026	<p>Recomendación nº 8: <i>Se debe reforzar el análisis longitudinal de los indicadores académicos del título, incorporando un estudio sistemático de la serie temporal completa (rendimiento, éxito, evaluación, abandono, graduación, eficiencia y duración media), explicando variaciones entre cursos, posibles causas y desviaciones relevantes, e integrando este análisis en la revisión anual del SGC.</i></p>	<p>Acción 1: Se refuerza el análisis longitudinal de los indicadores académicos del título especificados.</p> <p>Evidencia 1: - Autoinformes del título: https://goo.su/8uEEvY5 - Cuadro de mando del Centro: https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/Cuadro-de-Mando-FCSC.pdf?u - Rendición de cuentas del Centro: https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/calidad-Planificacion-rendicion-cuentas-Centro-2023-2024.pdf?u</p>
Informe de seguimiento 2026	<p>Recomendación nº 9: <i>Se deben comparar los indicadores académicos del título con los valores del centro y, cuando proceda, con otras titulaciones afines, garantizando el análisis contextual requerido y facilitando la interpretación de los resultados.</i></p>	<p>Acción 1 Se comparan los indicadores académicos del título con los valores del centro y, cuando proceda, con otras titulaciones afines.</p> <p>Evidencia: - Autoinformes del título: https://goo.su/8uEEvY5</p>
Informe de seguimiento 2026	<p>Recomendación nº 10: <i>Se deben incluir en el autoinforme los indicadores de satisfacción del alumnado desglosados por asignatura y disponer de un indicador específico de satisfacción global del programa diferenciado por cohorte, de manera que se garantice una valoración más completa de la experiencia formativa y se facilite la detección de áreas concretas de mejora.</i></p>	<p>Acción 1: Realización de entrevistas con el alumnado una vez finalizado el periodo docente del Máster para conocer, en este caso, la satisfacción global de los mismos, así como por cada asignatura.</p> <p>Evidencia 1: Entrevista con el alumnado 23/24 https://goo.su/uUJ3v</p>

		<p>24/25 https://goo.su/sTKsX</p>
<p>Informe de seguimiento 2026</p>	<p><i>Recomendación nº 11:</i> <i>Se deben integrar de forma explícita los resultados de satisfacción del alumnado (globales y por asignatura) en el ciclo PDCA del SGC, evidenciando su uso en la toma de decisiones y en la planificación de las acciones de mejora recogidas en el Plan de Mejora del título.</i></p>	<p>Acción 1: Realización de entrevistas con el alumnado una vez finalizado el periodo docente del Máster para conocer, en este caso, la satisfacción global de los mismos, así como por cada asignatura.</p> <p>Evidencia 1: - Entrevista con el alumnado 23/24 https://goo.su/uU13v 24/25 https://goo.su/sTKsX - Autoinformes del título: https://goo.su/8uEEvY5 - Cuadro de mando del Centro: https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/Cuadro-de-Mando-FCSC.pdf?u - Rendición de cuentas del Centro: https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/calidad-Planificacion-rendicion-cuentas-Centro-2023-2024.pdf?u</p>
<p>Informe de seguimiento 2026</p>	<p><i>Recomendación nº 12:</i> <i>Se debe reforzar el análisis sistemático de los indicadores ISGC-P06-01 e ISGC-P06-02, incorporando un estudio más profundo de su evolución, comparativas con los valores del centro u otras titulaciones afines y su vinculación explícita con decisiones y acciones del Plan de Mejora, de forma que la información relativa a orientación académica y profesional se utilice de manera efectiva para mejorar la satisfacción del alumnado.</i></p>	<p>Acción 1: Análisis más profundo de los indicadores de orientación académica y profesional del alumnado.</p> <p>Acción 2: Jornadas específicas de orientación académica, profesional y de TFM con el alumnado, una al comenzar el curso y otra al comenzar el segundo cuatrimestre.</p> <p>Acción 3: Creación y desarrollo de la asignatura de coordinación en el campus virtual para una continua atención del alumnado en orientación académica y profesional.</p> <p>Acción 4: Creación dentro de la última asignatura del Máster "Creación y Dirección de Empresas en Entornos Digitales" un hackaton o evento intensivo enfocado en la creatividad, la innovación y el emprendimiento en el ámbito del marketing digital</p> <p>Acción 5: Jornadas con exalumnos y profesionales con ponencias y mesas redondas para informar a los alumnos de la realidad del mercado laboral y de las salidas profesionales en el sector.</p> <p>Acción 6: Reorganización de ponentes externos, siendo estos profesionales en el sector del marketing digital, proporcionando a los alumnos una visión real y profesional de las tareas que se realizan en las empresas en este ámbito.</p> <p>Acción 7: Contratación de un servidor/hosting para el alumnado, a través del cual se le enseña a elaborar una página web sobre un negocio ideado por ellos y puedan realizar prácticas reales sobre los contenidos de estrategia de marketing digital que se imparten. De esta manera, se potencia la adquisición de competencias profesionales aplicadas, acercando al alumnado a entornos reales de trabajo y permitiendo que conozca el contenido que se realiza en negocios del ámbito del marketing digital, favoreciendo su empleabilidad.</p> <p>Acción 8: Realización de salida de campo para los alumnos del Máster al eCongress de Málaga, uno de los mayores eventos sobre marketing digital de Europa, poniendo en contacto al alumnado con profesionales del sector.</p>

	<p>Acción 9: Elaboración del cronograma del Máster teniendo en cuenta toda la información de cada asignatura, reflejando el título para cada sesión y una descripción del contenido de la misma.</p> <p>Acción 10: Desarrollo de perfiles de redes sociales oficiales para el Máster, concretamente en Facebook, Instagram y LinkedIn.</p> <p>Acción 11: Se propone llevar a clase un coordinador de programa de doctorado para que explique a los estudiantes con detalle todo acerca de este tema.</p> <p>Acción 12: Nueva plataforma de TFM que mejora el procedimiento y la gestión de los TFM tanto para el alumnado como el profesorado.</p> <p>Evidencia 1: Punto 7 (Orientación académica, profesional y empleabilidad) del autoinforme de cada curso.</p> <p>Evidencia 2, 5, 6 y 9: Cronograma curso 21/22: https://goo.su/KFsGh Cronograma curso 22/23: https://goo.su/Gxb7xUp Cronograma curso 23/24: https://goo.su/G2ENf Cronograma curso 24/25: https://goo.su/BwT2q2</p> <p>Evidencia 3: - Asignatura de coordinación en el campus virtual curso 21/22: https://goo.su/j2zze https://goo.su/cVi8 - Asignatura de coordinación en el campus virtual curso 22/23 https://goo.su/9hz93QO https://goo.su/QAJluVz - Asignatura de coordinación en el campus virtual curso 23/24 https://goo.su/3lhdxZ https://goo.su/Y64iM - Asignatura de coordinación en el campus virtual curso 24/25 https://goo.su/zrqAdz https://goo.su/uzJ6HwR</p> <p>Evidencia 4: Web del evento https://goo.su/tcM0W9t</p> <p>Evidencia 7: 24/25 Factura servidor/hosting: https://goo.su/VwggOW Instrucciones servidor/hosting para el alumnado: https://goo.su/oDDF</p> <p>Evidencia 8: Web del congreso: https://www.econgressmalaga.es</p> <p>Evidencia 10: Perfiles de redes sociales del Máster: https://www.facebook.com/marketingdigitalUCA https://www.instagram.com/marketingdigital_uca/ https://www.linkedin.com/in/MasterDigitalUCA/</p> <p>Evidencia 11: Presentación del programa de doctorado https://goo.su/Ouaas</p> <p>Evidencia 12: Web de la plataforma: https://sherryccsociales.uca.es/tfm/ Imagen del menú de la plataforma: https://goo.su/U5htHKQ</p>
--	--

Informe de seguimiento 2026	<p><i>Recomendación nº 13:</i> Se debe desarrollar un análisis sistemático de los indicadores de empleabilidad (ISGC-P07-05, P07-06, P07-07 y P07-08), incluyendo la interpretación de tendencias, comparativas con los valores del centro y análisis del ajuste formación-empleo, e integrar este análisis en el ciclo PDCA del SGC para garantizar un uso efectivo de la información de empleabilidad en la planificación de mejoras.</p>	<p>Acción 1: Realización de un análisis sistemático de los indicadores de satisfacción de empleabilidad.</p> <p>Acción 2: Se propone conocer la situación actual de los egresados del Máster a través de una búsqueda a través de la red social LinkedIn. Esto permitirá obtener información sobre su situación laboral actual y tenerlos identificados para poder contactar con ellos.</p> <p>Evidencia 1: - Autoinformes del título: https://goo.su/8uEEvY5</p>
Informe de seguimiento 2026	<p><i>Recomendación nº 14:</i> Se debe desarrollar un instrumento formalizado para medir la satisfacción de empleadores, con un procedimiento estable de recogida de información, periodicidad definida e integración de este indicador en el Sistema Interno de Garantía de Calidad. Los resultados deberán recopilarse, analizarse e incorporarse en el autoinforme del próximo ciclo, vinculándolos explícitamente al Plan de Mejora.</p>	<p>Acción 1: Propuesta de realización de cuestionario a un conjunto de empleadores relacionados con el sector del marketing digital.</p>
Informe de seguimiento 2026	<p><i>Recomendación nº 15:</i> Se debe incorporar un análisis sistemático de los indicadores de satisfacción de egresados (ISGC-P07-09 y P07-10), abordando la interpretación de tendencias (incluyendo el análisis de los descensos identificados), comparativas con los valores del centro, identificación de posibles causas y vinculación con acciones específicas del Plan de Mejora, de forma que estos resultados se utilicen de manera efectiva en la mejora continua del título.</p>	<p>Acción 1: Realización de un análisis sistemático de los indicadores de satisfacción de los egresados.</p> <p>Acción 2: Se propone conocer la situación actual de los egresados del Máster a través de una búsqueda a través de la red social LinkedIn. Esto permitirá obtener información sobre su situación laboral actual y tenerlos identificados para poder contactar con ellos.</p> <p>Evidencia 1: Autoinformes del título: https://goo.su/8uEEvY5</p>

3) DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA FORMATIVO

3.1 El diseño del título está actualizado y se revisa periódicamente, incorporando, si procede, acciones de mejora.

El desarrollo del plan de estudios, conforme a la memoria verificada, es adecuado, coherente y no se han producido incidencias significativas, lo que ha permitido una correcta adquisición de las competencias por parte de los estudiantes. La Comisión de Garantía de Calidad ha supervisado todo el proceso. El proceso de planificación y desarrollo de las enseñanzas se ha producido con absoluta normalidad.

La buena marcha del título se ve confirmada tanto en el último informe de seguimiento recibido en 2019 como en la valoración positiva de renovación de la titulación en 2021, en la que las recomendaciones recibidas, se consideran resueltas en su mayoría. También en el informe de seguimiento recibido en 2026, cuyos aspectos se están teniendo en cuenta.

3.2 La modalidad de enseñanza (presencial, virtual (o no presencial) y/o híbrida (o semipresencial) se ajusta a lo establecido en la memoria del programa formativo.

La modalidad de enseñanza del título es presencial, de acuerdo con la Memoria verificada y se ajusta a lo establecido en la memoria del programa formativo. El Máster en Dirección de Marketing Digital y Social imparte: clases presenciales de teoría, clases prácticas y enseñanza enfocada en casos prácticos reales, prácticas con proyectos reales de marketing digital online,

clases prácticas de informática, seminarios y conferencias de ponentes externos, realización de trabajos, búsquedas de datos o información, tutorías, pruebas de evaluación y otras actividades no presenciales académicamente.

3.3. Los procesos de gestión e implantación de la normativa aplicable al título se desarrollan de manera adecuada y benefician al desarrollo del programa formativo, en particular lo referido a:

Los procesos de reconocimiento de créditos y convalidaciones se aplican de manera ajustada a la normativa vigente y toman en consideración de manera adecuada la formación o experiencia previa del/de la solicitante (<https://tinyurl.com/bdds5nt8>). Se establece el número de créditos reconocidos por estudiantes por experiencia profesional, de acuerdo con la normativa (<https://goo.su/j8iYV>).

Por otra parte, los procesos de gestión de los TFM son ágiles y transparentes para permitir que el alumnado finalice la Titulación en los plazos proyectados (<https://tinyurl.com/udespeuw>). El manual para la defensa de TFM incluye aspectos diversos tales como asignación de tutores, líneas temáticas, matriculación y asignación del TFM, presentación y defensa del TFM, comisiones evaluadoras, etc (<https://tinyurl.com/zmfx9hhc>). El calendario de presentación del TFM y de la celebración de las comisiones evaluadoras se encuentra publicado en la web del Título (<https://goo.su/bK11LFz>).

Por otra parte, el Título dispone de la normativa de permanencia para regular las condiciones de permanencia que serán de aplicación a los estudiantes de la Universidad de Cádiz que cursen estudios oficiales, conforme al artículo 46 de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades (<https://tinyurl.com/72c26hxz>).

3.4 Los criterios de admisión, el perfil del estudiante de ingreso y número de plazas son adecuadas y se ajustan a lo establecido en la memoria del programa formativo.

Como puede observarse en el documento de perfil de ingreso (<https://goo.su/4aUSb>), los indicadores de tasa de adecuación, tasa de ocupación, tasa de preferencia y tasa de renovación se encuentran a un buen nivel, estando por encima o en la media con los del centro y la Universidad.

En el curso 2024/2025 ha habido 27 alumnos de nuevo ingreso, mintiéndose las buenas cifras del curso anterior. Como se propuso en el autoinforme del curso 21/22 se han realizado dos acciones de mejora al respecto: 1- Tener en cuenta las posibles bajas de los admitidos en las fases una y dos y abrir la tercera fase de admisión para el Máster que no se abrió para el curso 21/22. 2- Incremento de la comunicación del Máster a los alumnos del Grado en Marketing e Investigación de Mercados. Además de esto, los alumnos de nuevo ingreso se dividen en 15 mujeres y 12 hombres, además de haber 12 alumnos extranjeros, cada uno de diferentes nacionalidades, por lo que hay que destacar esta pluralidad que contribuye a la creciente internacionalización del Máster.

Por lo tanto, como puede observarse en la tabla ISGC-P04 (acceso) del Anexo I, la evolución de los principales indicadores de acceso del título en el curso 2024/25 resulta, en conjunto, positiva. En particular, la tasa de adecuación ha aumentado de forma notable, pasando del 80,65% al 96,3%, situándose por encima de la Facultad (80,91%), lo que refleja que la gran mayoría del alumnado de nuevo ingreso accede al Máster como primera opción. Del mismo modo, la tasa de preferencia también mejora, alcanzando el 302,86%, superior al del Centro (174,45%), lo que pone de manifiesto el elevado atractivo y la fuerte demanda del título. Asimismo, la tasa de renovación o nuevo ingreso aumenta hasta el 64,29%, situándose ligeramente por encima de la Facultad (63,95%). Por su parte, la tasa de ocupación se ha reducido respecto al curso anterior, pasando del 88,57% al 77,14%, aunque continúa en un nivel satisfactorio y muy próximo al valor del Centro (80,29%). En conjunto, estos resultados permiten realizar una valoración favorable del comportamiento del título en materia de acceso, especialmente por su alta capacidad de atracción entre el alumnado solicitante.

3.5 La coordinación docente permite la adecuada planificación del programa formativo asegurando que los resultados de aprendizaje son asumidos por el estudiantado.

En relación con el programa formativo de la Titulación se desarrolla una intensa actividad de coordinación del Máster en Dirección de Marketing Digital y Social en relación a:

a) Guías docentes.

Se realiza un gran esfuerzo por concienciar al profesorado del cambio de modelo educativo dentro de la universidad, concretándose éste, en primer lugar, en la elaboración de los programas docentes de cada asignatura.

En los últimos cursos se ha elaborado y publicado un cronograma de todo el curso, al que se le añade una mayor cantidad de información útil para profesores y alumnos. Igualmente se proporciona una información mucho más detallada en las fichas de las asignaturas.

b) Coordinación de la formación teórica y práctica.

En el Máster se trata de proporcionar una formación más práctica y actualizada. El máster dispone de dos nuevas salas de informática con ordenados y programas actualizados para facilitar el aprendizaje práctico. Igualmente, el Máster ha mejorado la coordinación teórica y práctica y el enfoque profesional y actualizado, mediante un mayor enfoque en el aprendizaje mediante casos prácticos reales. También se ha contratado un hosting para que todos los alumnos puedan realizar prácticas reales de elaboración de páginas web y marketing digital.

c) Coordinación docente.

Tal y como figura en la Memoria verificada del título, la coordinación docente tanto vertical como horizontal es imprescindible para asegurar el correcto desarrollo del Plan de Estudios, cuyo objetivo es garantizar tanto una adecuada asignación de carga de trabajo al estudiante como una adecuada planificación temporal.

Cabe recordar que la coordinación docente forma parte de la recomendación 5 en el informe de seguimiento de ACCUA. Este sentido, se han desarrollado las siguientes acciones de mejora:

1- Realizar reuniones con los coordinadores y profesores implicados en el contenido y el sistema de enseñanza del título para reforzar los mecanismos de coordinación docente asegurando la aplicación efectiva de las medidas (<https://goo.su/jNERn>).

2 - Realización de entrevistas con el alumnado una vez finalizado el periodo docente del Máster para conocer, en este caso, la satisfacción de los mismos con la coordinación docente.

En este sentido, en el curso 23/24 se propuso como acción de mejora conocer las razones de esta reducción a través de entrevistas personales con los estudiantes del Máster y, por otro lado, realizar las acciones correctoras al respecto. Una vez llevada a cabo las entrevistas con los estudiantes (<https://goo.su/uUI3v>) se concluyó que el mayor problema fue la coordinación y satisfacción con algunos ponentes externos, sobre todo en la asignatura de “estrategias de marketing digital”. Además, algunos estudiantes demandan que haya un mejor “hilo conductor” en las sesiones de cada asignatura. Para solucionar esta situación se propone reconfigurar la evaluación de la asignatura y los ponentes externos que vienen a la misma. También, desde la coordinación del Máster se ha hablado con cada coordinador de asignaturas para la actualización de estas buscando un mayor “hilo conductor” entre las sesiones de la misma.

En el curso 2024/2025 también se ha realizado las entrevistas con los estudiantes del Máster para obtener un feed-back del mismo como proceso de mejora continua (<https://goo.su/sTKsX>). Los estudiantes valoraron las acciones correctoras realizadas, el esfuerzo realizado por la coordinación del Máster y que les ha parecido en general bien estructurado. Se anima seguir trabajando los aspectos identificados el curso pasado sobre la coordinación y satisfacción de los ponentes externos (aunque con la gran mayoría han quedado satisfechos) y un mejor “hilo conductor” en las sesiones de cada asignatura

3 y 4- Mejorar la coordinación entre asignaturas y la coherencia interna de cada asignatura y Reorganización de algunos ponentes externos, sobre todo en la asignatura de “estrategias de marketing digital”.

Tal como se comentó anteriormente, a través de las entrevistas con el alumnado se han identificado estas acciones correctoras. Estas acciones correctoras se han puesto en práctica para el curso 2024/2025 y tal como se refleja en el ISGC-P04-10 se ha producido un aumento del grado de satisfacción del alumnado con la coordinación docente en 0,8 puntos, situándose casi en un 3. Para esta mejora también se han llevado a cabo reuniones y conversaciones con los coordinadores de las asignaturas del título.

5- Elaboración del cronograma del Máster teniendo en cuenta toda la información de cada asignatura, reflejando el título para cada sesión y una descripción del contenido de la misma (<https://goo.su/BwT2q2>).

6- Creación y desarrollo de la asignatura de coordinación en el campus virtual para una mejor comunicación con el alumnado (<https://goo.su/zrqAdz> y <https://goo.su/uzJ6HwR>).

7- Se ha establecido un sistema de información mediante unos documentos compartidos a través de una carpeta, donde los profesores completan un informe de los contenidos realmente impartidos, las prácticas realizadas y los programas utilizados. Se ha utilizado la herramienta de Google Drive para compartir los documentos con los coordinadores de todas las asignaturas del Máster y así puedan acceder a la información del contenido de todas las asignaturas (<https://goo.su/QNGSR>).

8- Desde el Máster se contrata a comienzo de cada curso un servidor/hosting para el alumnado, a través del cual se le enseña a elaborar una página web sobre un negocio ideado por ellos y puedan realizar prácticas reales sobre los contenidos de estrategia de marketing digital que se imparten (<https://goo.su/VwggOW>). En este sentido se produce una coordinación entre las asignaturas de “herramientas informáticas para el marketing digital” (en las que se les enseña a usar el servidor/hosting y a crear la web) y “estrategias de marketing digital en la empresa” (en la que aprenden a implementar el contenido de estrategias de marketing digital en la web). Desde la coordinación del Máster se da de alta a los alumnos como usuarios del servidor y se les proporciona las credenciales individuales para que puedan usar el servidor (<https://goo.su/oDDF>).

Estas acciones correctoras se han puesto en práctica para el curso 2024/2025 y, tal como se refleja en el ISGC-P04-10, se ha producido un aumento del grado de satisfacción del alumnado con la coordinación docente de 0,76 puntos respecto al curso anterior, pasando de 2,15 en 2023/24 a 2,91 en 2024/25, situándose así prácticamente en el valor 3. Este dato supone una mejora clara tras el descenso registrado el curso pasado y permite constatar una evolución favorable en la percepción del alumnado sobre la coordinación docente del título. Además, aunque el valor del Máster se sitúa todavía ligeramente por debajo del registrado por el Centro (3,18), la diferencia es reducida y la tendencia reciente resulta positiva.

d) Atención continua de la titulación.

Con objeto de detectar, de forma rápida y eficaz, cualquier incidencia en el desarrollo diario de la titulación, existe una comunicación continua a través del correo electrónico, el campus virtual, reuniones, etc. entre el Coordinador del Máster, los coordinadores de los módulos, el profesorado y el alumnado. Los dos primeros días del curso se desarrollan sesiones informativas del curso y se facilitan a los estudiantes los correos electrónicos y el acceso al campus virtual de coordinación como canal de comunicación. Durante el curso se realizan varias reuniones y tutorías grupales de seguimiento, así como se establece una comunicación fluida con el delegado o delegada de curso.

Puntos fuertes

- Elaboración de un proceso de mejora continua en la organización y desarrollo del programa formativo, permitiendo detectar posibles aspectos a mejorar.
- Una alta tasa de adecuación, preferencia y renovación del título.
- Nuevos estudiantes que cumplen con el perfil de ingreso.
- Múltiples nacionalidades en estudiantes de nuevo ingreso.

4) PROFESORADO

4.1 El personal académico reúne el nivel de cualificación y experiencia (docente e investigadora) adecuado y se corresponde con el comprometido en la memoria del programa formativo.

El personal académico de la Universidad se distribuye por áreas de conocimiento y departamentos, permitiendo que la Universidad imparta el título objeto de evaluación con el profesorado que presenta el perfil idóneo para las materias que se imparten en el título, de acuerdo con su experiencia docente e investigadora en el área o áreas de conocimiento necesarias.

En la memoria de verificación del título se presentó todo el personal académico disponible en los departamentos de la Universidad con docencia en el título.

Así, para impartir el título, se cuenta con profesores de la Universidad de Cádiz de diferentes áreas de conocimiento que se integran en los siguientes departamentos:

Áreas de conocimiento	Créditos impartidos	Áreas de conocimiento	Créditos impartidos
Marketing y Comunicación	46	Sociología	2,5
Estadística e I.O.	4	Organización de empresas	2,5
Lenguajes y sistemas informáticos	5	---	---

Anualmente, antes del inicio del curso académico, el Vicerrectorado competente en materia de ordenación académica determina la capacidad inicial y final de cada una de las áreas de conocimiento, y garantiza que cada una de las áreas y departamentos cuenten con el personal suficiente para cubrir la totalidad de la docencia asignada, estimando las necesidades de plantilla para el curso académico siguiente. El procedimiento a seguir tras determinar las necesidades de plantilla viene dispuesto en la instrucción anual, emitida por este Vicerrectorado (<http://gabordenacion.uca.es>) para elaborar y coordinar los Planes de Ordenación Docente de Centros y Departamentos, cada curso académico. Con carácter general, para el estudio y solución de necesidades sobrevenidas, los Departamentos hacen uso de la aplicación GOA, plataforma del Servicio de Organización Académica y Planificación Plantillas PDI).

Los datos sobre la evolución del personal académico que ha impartido el Máster en Dirección de Marketing Digital y Social, desde su implantación reflejan que se ha mantenido una plantilla muy estable y con muchos años de experiencia docente. La plantilla de profesores que imparten el título se ha mantenido muy estable desde el principio. Por tanto, acumula experiencia y conocimientos. En el Máster imparten una gran cantidad de profesionales externos, que aportan unos conocimientos prácticos y actualizados. Se han realizado algunos cambios para mejorar la selección de los profesionales externos y contar con expertos en cada materia, que están aplicando con éxito esos conocimientos en empresas y agencias de marketing digital.

El gran número de expertos, es un importante punto fuerte que contribuye a mejorar el aspecto práctico y acercar a los estudiantes a la realidad del trabajo en el creciente, pero competitivo sector del marketing digital.

Como puede comprobarse en ISGC-P05-01: Distribución y características del personal académico del título (anexo II) <https://goo.su/6S489eR>, casi la totalidad de docentes que imparten clase en el Máster en el curso 24/25 son doctores y se cuenta con una mayoría de personal permanente. Como puede comprobarse en la tabla de Evolución del Personal Académico del Título <https://goo.su/BXWCjU>, el personal que imparte docencia en el mismo es el adecuado, se cuenta con profesores con contrastada experiencia docente e investigadora y pertenecen a áreas afines a la asignatura que imparten. En total, el Máster se compone de docentes con 22 sexenios de investigación.

4.2 El personal académico implicado en el título es suficiente y su grado de dedicación es adecuado para llevar a cabo el programa formativo propuesto en relación al número del alumnado.

El programa formativo propuesto en el Título es llevado a cabo por los profesores de la Universidad de Cádiz y los ponentes externos de forma adecuada y suficiente. Los ponentes externos que imparten docencia están especializados en la materia y son expertos de reconocida solvencia. En la guía docente/cronograma de clase se encuentran indicados tanto los profesores de la UCA como los ponentes externos que imparten docencia en el título (<https://goo.su/BwT2q2>).

Tal como se ha comentado anteriormente tanto en la distribución y características del personal como en la tabla de la evolución de los mismos casi la totalidad de docentes que imparten docencia son doctores y la mayoría son personal permanente, además, se cuenta con profesores con contrastada experiencia docente e investigadora y pertenecen a áreas afines a la asignatura que imparten.

4.3 La actividad docente del personal académico es objeto de evaluación, teniendo en cuenta las características del programa formativo, de manera que se asegure que el proceso de aprendizaje se desarrolle de una manera adecuada.

La Universidad de Cádiz, a través del Vicerrectorado competente, pone a disposición del profesorado oportunidades y mecanismos para continuar su formación y actualización en herramientas para la mejora de la docencia, investigación y gestión universitaria (<https://udinnovacion.uca.es/>).

Anualmente, tras consulta y petición a los grupos de interés se diseña un catálogo de acciones formativas para el profesorado. (<http://udinnovacion.uca.es>).

Además, existen convocatorias para potenciar la innovación y mejora docente en el marco de las asignaturas con objeto de mejorar continuamente la manera de enseñar y la manera de aprender en la Universidad de Cádiz. Estas convocatorias son las siguientes (<http://udinnovacion.uca.es>):

- Convocatorias de Proyectos de Innovación y Mejora Docente.
- Convocatoria de Actuaciones Avaladas para la Mejora Docente.
- Convocatoria de Actuaciones Avaladas para la Formación del Profesorado.
- Convocatoria de Ayudas para la Difusión de Resultados de Innovación Docente.

La formación del profesorado y su participación en proyectos de innovación docente se considera un aspecto clave en el proceso de mejora del título. Desde este enfoque, el seguimiento y evaluación de la actividad docente se articula a través de los siguientes procedimientos del Sistema de Garantía de Calidad:

- [P05 Proceso de gestión del personal académico](#), éste permite estudiar el rendimiento del título en esta materia, incluyendo la satisfacción del alumnado con la docencia recibida.
- [P04 Proceso de gestión de los procesos de enseñanza-aprendizaje](#), en éste se evalúan indicadores de percepción, la coordinación docente.

La Universidad de Cádiz, de acuerdo con el artículo 127.1 de los Estatutos que establece que “todo Profesor será objeto de evaluación ordinaria, al menos cada cinco años y cuando así lo solicite expresamente”, a través del Vicerrectorado competente en materia de profesorado, elabora y hace público un informe global de cada convocatoria del procedimiento de evaluación de la actividad docente DOCENTIA, certificado en su diseño por ANECA: (<http://docentia.uca.es/>).

Tal como figura en los indicadores ISGC-P05-02, P05-03, P05-05, P05-06 y P05-07 del Anexo I de este Autoinforme, los datos del título presentan en conjunto una evolución favorable respecto al curso pasado, con una mejora clara en varios indicadores relevantes. En concreto, aumenta la participación del profesorado en acciones formativas hasta el 54,84% (frente al 44,83% del curso anterior), situándose además por encima del Centro (47,13%). También se incrementa la participación en proyectos de innovación y mejora docente, alcanzando el 74,19%, valor superior tanto al del curso 2023/24 como al del Centro (54,02%), lo que refleja una implicación muy destacada del profesorado del Máster en la mejora continua de la docencia. Asimismo, crece de forma significativa la participación en el programa DOCENTIA, pasando al 48,39%, también por encima del Centro (36,78%).

En relación con los resultados obtenidos en la evaluación docente, aunque desciende el porcentaje de calificaciones “Excelentes” (33,33% frente a 55,56% en 2023/24 y 56,25% en el Centro), aumenta el porcentaje de calificaciones “Favorables” hasta el 66,67%, superando igualmente al Centro (46,88%). En conjunto, estos resultados siguen mostrando una valoración positiva del profesorado y, especialmente, una alta participación en acciones formativas, innovación docente y procesos de evaluación, lo que pone de manifiesto el compromiso del profesorado del título con la calidad y mejora de la docencia.

Aun así, teniendo en cuenta la recomendación 6 del informe de seguimiento de ACCUA, como acción de mejora, se plantea a los coordinadores de las asignaturas del Máster la creación de un grupo de innovación docente que pueda abarcar acciones o proyectos sobre innovación docente orientadas al Máster, reforzando la participación del profesorado en acciones formativas institucionales, especialmente en ámbitos de innovación docente

4.4 Disponibilidad de criterios de selección y asignación de TFM.

En el entendimiento de que los trabajos de fin de máster deben ser el resultado de un ejercicio integrador de los contenidos formativos recibidos por los estudiantes y de las competencias por ellos adquiridas durante el curso del título, corresponde a la Universidad de Cádiz unificar criterios y dictar procedimientos que aseguren una actuación homogénea de sus centros para la planificación y la evaluación de los Trabajos de Fin de Máster. Atendiendo a esta idea, la Universidad de Cádiz formuló el marco normativo genérico regulador a través del Reglamento Marco UCA/CG07/2012, de 13 de Julio de 2012, de Trabajos Fin de Máster de la Universidad de Cádiz (<https://bit.ly/3d1UUwV>) y las modificaciones registradas en el Reglamento UCA/CG07/2014, de 17 de junio (<https://bit.ly/3dWE9Em>).

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Cádiz, aprobó el 16 de febrero de 2015 un Reglamento interno de proyectos de investigación y Trabajos Fin de Máster <https://goo.su/va8i2x>. En la página web del título <https://goo.su/33aUY> se publica, entre otras, la información relacionada con la normativa de los TFM, el calendario, los impresos, los temas, tutores, tribunales, calificaciones y una guía práctica para facilitar a los estudiantes la realización del trabajo con éxito. Cualquier docente que imparte docencia en el Máster puede supervisar y ejercer de tutor de un TFM para el alumnado, tratándose de un profesorado con experiencia investigadora acreditada, habitualmente implicado en proyectos de investigación activos relacionados con los contenidos impartidos en el máster, así como en publicaciones científicas especializadas, lo que garantiza la calidad y el rigor en el proceso de tutorización.

Desde la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación se ha creado una plataforma de TFM que mejora el procedimiento y la gestión de los TFM tanto para el alumnado como el profesorado (<https://sherryccsociales.uca.es/tfm/>) (<https://goo.su/U5htHKQ>).

En el indicador ISGC-P04-11: (Grado de satisfacción del alumnado con el proceso para la elección y realización del TFM) del anexo I se aprecia que el grado de satisfacción del alumnado con el proceso para la elección y realización del TFM ha aumentado respecto al curso pasado, pasando de 2,96 en 2023/24 a 3,3 en 2024/25, situándose en valores similares a los del Centro (3,51). Este dato permite constatar una evolución favorable del título en este aspecto y supone, además, el mejor resultado de los tres últimos cursos, lo que refleja una mejora sostenida en la percepción del alumnado. En conjunto, la evolución reciente resulta positiva y parece coherente con las actuaciones impulsadas para mejorar la información, la orientación y el acompañamiento del alumnado en el proceso de elección y desarrollo del TFM.

4.5 En su caso, adecuación del perfil del profesorado que supervisa las prácticas externas y sus funciones.

En el Máster existen las prácticas externas no curriculares, éstas se gestionan mediante la plataforma informática ICARO, que es el Portal de Gestión de Prácticas en Empresa y Empleo utilizado por las Universidades Públicas Andaluzas. Sus funciones incluyen orientar al alumnado sobre la selección adecuada de entidades colaboradoras, realizar un seguimiento periódico durante el desarrollo de las prácticas, evaluar los resultados obtenidos y velar por la coherencia entre las tareas realizadas por el estudiante y las competencias específicas planteadas en el título.

4.6. En su caso, adecuación del perfil del profesorado que imparte enseñanza híbrida o virtual.

No se da el caso.

4.7 El alumnado está satisfecho con respecto a la actuación docente del profesorado.

En los datos para el curso 24/25, los estudiantes se muestran satisfechos con respecto a la actuación docente del profesorado y ha aumentado respecto el curso pasado, el grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia es bueno. El valor del indicador ISGC-P05-04 es de 4,7 (Anexo I de este Autoinforme).

4.8 El profesorado está satisfecho con el desarrollo del programa formativo.

En los datos para el curso 24/25, el profesorado del título se muestra satisfecho con el desarrollo del programa formativo, el valor del indicador del grado de satisfacción del PDI es positivo, con un 4,17 (ISGC-P07-03 del Anexo I de este Autoinforme), similar al del centro.

Puntos fuertes

- Buena participación del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente.
- Profesorado con muchos años de experiencia.
- Profesorado seleccionado conscientemente estando estrechamente relacionado con la materia que imparten.
- Buen equilibrio entre profesores de la UCA y expertos externos de alto nivel.
- Buen nivel de la satisfacción de los estudiantes con la docencia.
- Grado de satisfacción del PDI con el programa formativo alto.
- El título combina enseñanzas teóricas y prácticas. Así mismo tiene un buen equilibrio entre profesores estables y con años de experiencia de la UCA y un gran número de profesores externos. Los profesores externos son especialistas expertos y ejecutivos de destacadas empresas.
- Se ha llevado a cabo un esfuerzo en la mejora de la gestión de los TFM, habiendo quedado plasmado en el grado de satisfacción del alumnado con el proceso para la elección y realización del TFM.

5) RECURSOS Y APOYO A LA DOCENCIA

5.1. El título cuenta con la infraestructura y los recursos adecuados teniendo en cuenta el tamaño de los grupos, el desarrollo de las actividades formativas y las metodologías de enseñanza-aprendizaje. El alumnado está satisfecho con las infraestructuras y recursos disponibles. El profesorado está satisfecho con las infraestructuras y recursos disponibles.

La UCA hace un uso transversal de todos los recursos materiales que están a disposición de la comunidad universitaria con independencia de su adscripción a una u otra titulación, Facultad o Campus. El Campus Universitario de Jerez es sede de la Facultad de Derecho, Ciencias Económicas y Empresariales, Ciencias del Trabajo, Enfermería y Fisioterapia y de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación. La Facultad en la que se imparte el título se imparte en el Campus de Jerez y cuenta con unas nuevas y magníficas instalaciones que han sido mejoradas e incrementadas a lo largo de los años, de acuerdo con lo contemplado en la memoria verificada (construcción de nuevo edificio de despachos y seminarios, nueva aula Mac, etc). Para mayor detalle, véase el siguiente enlace <https://goo.su/4Y0NNZp>. Se dispone de los siguientes recursos: Biblioteca (<https://tinyurl.com/4bmtm2vu>), Campus virtual, Acceso a internet; Buzón de Atención al Usuario (BAU), Centro de Atención al Usuario (CAU), Sistema Informático de Reserva de Recursos (SIRE), Institutos de investigación. Nuestra Universidad cuenta con 10 institutos de investigación. Dos de ellos se encuentran en nuestro Campus (Instituto de Investigaciones Vitivinícolas y Agroalimentarias e Instituto de Investigación para el Desarrollo Social Sostenible). Más información en: <http://vriinvestigacion.uca.es/institutos-de-investigacion-2/>. Cabe mencionar la adecuación de la utilización y dotación de las infraestructuras y recursos materiales y humanos implicados en la gestión del título (personal de apoyo y personal de administración y servicios). Todo se ha desarrollado de forma correcta. En este sentido, se debe destacar también la disponibilidad de otros recursos tecnológicos, como aulas equipadas con proyectores multimedia, salas específicas para trabajo colaborativo, laboratorios informáticos con software especializado para la formación práctica, así como el acceso remoto a bases de datos científicas y plataformas digitales para investigación. Durante el curso 2023/24, el alumnado del Máster ha podido disfrutar de los citados recursos materiales e infraestructuras. Las metodologías de enseñanza/aprendizaje se han desarrollado de forma adecuada, según lo previsto en la memoria del título.

Además, el título dispone de las siguientes infraestructuras y recursos:

- Aulas adecuadas y convenientemente equipadas (número, tamaño, mesas y sillas, proyectores, pantallas, enchufes, acondicionamiento...medios técnicos) para el desarrollo de las actividades formativas, teniendo en cuenta el tamaño de los grupos y las metodologías de enseñanza-aprendizaje empleadas.
- Salas de lectura, espacios para realización de trabajos en grupo, áreas de descanso, etc. adecuadas al número de estudiantes.
- Dotación económica necesaria para la realización de las prácticas y del resto de actividades formativas previstas.
- Biblioteca adecuada al número de estudiantes y las características del programa formativo (número de puestos, fondos disponibles, sistema de acceso a los fondos bibliográficos, bases de datos, suscripciones a revistas de uso, suscripciones a ebooks docentes...).
- Plataforma virtual de apoyo a la docencia.

En los indicadores ISGC-P06-03 y 04 del anexo I, el grado de satisfacción del alumnado y el profesorado con los recursos materiales e infraestructuras, puede comprobarse que sigue a buen nivel, con datos similares al curso anterior, con 3,83 y 4,14 respectivamente, con valores similares al centro.

5.2. En su caso, las acciones realizadas para favorecer la movilidad del estudiantado son adecuadas a las características del programa formativo. El alumnado está satisfecho con los programas de movilidad. Los coordinadores de movilidad están satisfechos con los programas de movilidad.

Desde el Vicedecanato de Relaciones Internacionales e Institucionales y del Plan Director del Centro se tiene como una de sus líneas de actuación, fomentar la movilidad y para ello se ha elaborado un Plan Propio de movilidad, con una serie de actuaciones al respecto para los próximos años (<https://ccsociales.uca.es/movilidad/>), en cumplimiento de una de las acciones de mejora propuestas en este sentido.

El título todos los años, ha recibido un buen número de estudiantes de muy distintos países, lo que contribuye a la diversidad. Un alto porcentaje de los estudiantes al terminar los estudios comienzan a trabajar, en una gran diversidad de ciudades y países.

Aunque el porcentaje de alumnado que participa en programas de movilidad tanto del título como del centro es reducido, el grado de satisfacción de los estudiantes que han participado es adecuado, con un 3.5, tal como se recoge en el ISGC-P04-15 Anexo I de este autoinforme.

5.3. En el caso de que el programa formativo incluya prácticas académicas externas, se desarrollan de manera adecuada, dispone de plazas suficientes con convenios de cooperación educativos específicos para el título. El alumnado está satisfecho con las prácticas externas. Las personas externas que tutelan las prácticas, están satisfechas con las mismas.

La memoria del título no contempla la realización de prácticas curriculares. El Máster anima a los estudiantes a realizar prácticas extracurriculares. Un buen número de estudiantes realizan prácticas en empresas del sector y agencias de marketing digital.

Estas prácticas extracurriculares se gestionan por la Unidad de prácticas externas (<https://goo.su/yfz7R7z>), a través del Portal de Gestión de Empleo y Prácticas ÍCARO (<https://uca.portalicaro.es/home>).

5.4. El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es adecuado y suficiente para el desarrollo del programa formativo y está satisfecho con el desarrollo del programa formativo/centro donde se imparte el título.

El título cuenta con el apoyo necesario para la realización de las actividades formativas prácticas, tanto en lo que se refiere al número como a su capacitación profesional. También se dispone del personal de apoyo necesario para el resto de actividades necesarias para el desarrollo del programa formativo (personal de biblioteca, puntos de información, etc.). Por otra parte, el Centro dispone del personal de administración y servicios necesario para llevar a cabo todas las tareas de administración y gestión relacionadas con el programa formativo. En el siguiente enlace se especifica el listado del personal de apoyo a la docencia e investigación máster en dirección de marketing digital y social curso 2024/25 <https://ccsociales.uca.es/oferta-academica/personal-de-apoyo-a-los-titulos/>.

Dando respuesta a la recomendación 7 de este autoinforme, desde el SGC de la UCA, todos los años en el mes de abril se lanza la encuesta a los PTGAS y PTGAS de centros adscritos. Pero desde el año 2022, en vez de lanzarlo por título, se decidió por el SGC de la UCA, lanzarlo por centros. Esto es debido a que no hay PTGAS adscrito a un título concreto sino a un centro, y por tanto, no tenían sentido los resultados obtenidos (https://ucalidad.uca.es/wp-content/uploads/2026/02/P07-Resultados_SGCCVFINAL.pdf?u).

En este caso, los indicadores respecto a la satisfacción del PTGAS son buenos y constantes respecto a cursos anteriores, en el anexo I los indicadores del ISGC-P01-03 (satisfacción del PTGAS con la información pública) y ISGC-P07-04 (satisfacción global del PTGAS) tienen valores de 3,67 y 3,83 respectivamente.

Puntos fuertes

- Satisfacción de los profesores y el alumnado con las infraestructuras y recursos.

- Instalaciones modernas.
- Salas de informática e idiomas muy bien dotadas.
- Medios materiales adecuados para impartir la docencia.
- El máster dispone de ordenadores portátiles propios para proporcionar a los estudiantes que lo necesitan. Así como otros medios informáticos, proyector, ordenadores, programas informáticos y medios renovados.
- El Máster de Dirección en Marketing Digital y Social, se desarrolla en el Campus de Jerez de la Universidad de Cádiz que cuenta con unas instalaciones relativamente recientes y con una amplia dotación de recursos e infraestructuras.

6) RESULTADOS DEL PROGRAMA FORMATIVO

6.1 Los resultados del proceso de aprendizaje alcanzados por el estudiantado se corresponden con el nivel MECES, son acordes con el perfil de egreso y con la memoria verificada.

Con respecto a los resultados del proceso de aprendizaje, cabe señalar que existe correspondencia entre los resultados previstos y el nivel MECES del Título. Los resultados de aprendizaje alcanzados se corresponden con los previstos en la Memoria verificada. En lo que respecta a la guía docente, se ofrece información sobre el calendario académico, programas de las asignaturas, horarios de clase, exámenes, guías docentes de cursos anteriores, movilidad, prácticas y a Trabajos de Fin de Máster. Así, se pueden encontrar, las fichas de las asignaturas (<http://asignaturas.uca.es>) que contienen el programa docente de cada una de ellas. En ellas constan su estructura, los requisitos previos y recomendaciones, la relación de competencias y resultados del aprendizaje, las actividades formativas, el sistema de evaluación, la descripción de los contenidos y la bibliografía. Se elaboran antes de cada curso académico por los profesores, son visadas por el coordinador del título y, finalmente, confirmadas por los directores de departamento después de su aprobación en los consejos de departamento. Por lo tanto, en esta dirección se incluye la información sobre guías docentes, información sobre el profesorado de la asignatura y selección de pruebas de evaluación del estudiantado que cubran el espectro de calificaciones (suspense, aprobado, notable y sobresaliente).

De acuerdo con la memoria del Máster este se estructura de forma genérica en tres módulos, un módulo común, que se compone de 4 asignaturas, otro módulo específico, que está formado por otras 4 asignaturas, y un módulo de aplicación que está compuesto por dos asignaturas de metodología investigadora y el trabajo Fin de Máster. En el siguiente enlace se puede ver el esquema visual del Título <https://goo.su/NOCl>.

Tanto los profesores de la UCA como los ponentes externos son idóneos para la impartición de las asignaturas. El profesorado de la Universidad es especialista en la materia que imparte y el profesorado externo es idóneo, de acuerdo a su actividad profesional. El profesorado que se encarga de la coordinación de las asignaturas Trabajo Fin de Máster (perfil profesional y de investigación) y Prácticas en Empresas e Instituciones es adecuado. Los datos sobre la evolución del personal académico que ha impartido el Máster desde su implantación reflejan que el perfil del profesorado del Máster se adecua a la memoria verificada del título, manteniéndose según lo previsto en dicha memoria. Así lo recoge, de hecho, el informe final de renovación de la acreditación del máster. En el caso del personal de la UCA viene avalado por su experiencia docente. El profesorado externo aproximadamente el 30% de los créditos totales, siendo siempre expertos en las materias. Son seleccionados por el coordinador del máster y los coordinadores de las asignaturas, atendiendo a la adecuación de su perfil y a las necesidades de las materias a impartir.

6.2. Las actividades formativas, la metodología y los sistemas de evaluación son pertinentes y adecuadas para certificar los diferentes aprendizajes reflejados en el perfil de formación y se adecuan a la memoria verificada.

Como se observa en las guías docentes, las actividades formativas, la metodología y los sistemas de evaluación son adecuados y pertinentes para certificar los distintos aprendizajes en el perfil de formación, estando conformes a la memoria verificada (<https://goo.su/KxAXV>).

La dentro de las fichas de las asignaturas se detallan las actividades formativas (clases teóricas, prácticas, etc.), su metodología de aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante. La Comisión de Garantía de Calidad del Centro anualmente vigila la correcta aplicación del anterior sistema.

El carácter multidisciplinar de las distintas asignaturas que integran el máster, ha provocado que sean muy diversas las competencias a desarrollar en el título. La diversidad de acciones formativas, así como la metodología docente y la variedad de componentes del sistema de evaluación, garantizan la consecución de las competencias previstas en la memoria del título (<https://goo.su/3UlicM>).

El título tiene implantado un completo sistema de evaluación que incluyen:

- Trabajos individuales de los estudiantes.
- Trabajos realizados en grupo.
- Exposiciones de trabajos.
- Evaluación de la asistencia y participación.
- Pruebas de evaluación (exámenes).

El desarrollo y la gestión del TFM tanto por el alumnado como para el profesorado se realiza a través de la plataforma <https://sherryccsociales.uca.es/tfm/>, lo cual facilita el procedimiento de presentación y evaluación del mismo. En el siguiente enlace se especifica la rúbrica de evaluación <https://goo.su/Y3DWG>.

El proceso de elaboración y defensa de los TFM es coherente con la normativa interna de la Universidad de referencia y con el marco normativo general. La evaluación de los TFM, es competencia exclusiva de un tribunal evaluador, formado por tres profesores del título. La diversidad de sistemas de evaluación y la coordinación de los mismos, facilitan el logro de las diferentes competencias previstas al finalizar los estudiantes el curso.

En los siguientes dos enlaces se pueden comprobar tanto la composición de los tribunales, como las calificaciones de los TFM para las convocatorias de febrero, junio y septiembre para el curso 24/25 (<https://goo.su/Nor7TOs> y <https://goo.su/UzWyGme>).

La evaluación por competencias adquiridas por el estudiante es uno de los elementos claves. El profesorado del título ha volcado su experiencia y ha utilizado las actividades formativas, para que los estudiantes alcancen las competencias previstas en la memoria del Máster. Se ha realizado una coordinación de los sistemas de evaluación para diversificarlos y asegurar que las tareas a realizar por el alumnado se corresponden con el número de horas de trabajo autónomo que debe realizar.

6.3 Los resultados de los indicadores académicos y su evolución se adecúan a los objetivos formativos del plan de estudios.

En general, los resultados de los indicadores académicos del título y su evolución temporal se adecúan a los objetivos formativos del plan de estudios. El análisis longitudinal de la serie completa 2020/21-2024/25 permite constatar que el Máster presenta, en términos globales, un comportamiento académico favorable, con valores positivos en rendimiento, éxito, evaluación, eficiencia, abandono, graduación y duración media, y con una evolución que se sitúa en línea con los del Centro.

En relación con la **tasa de rendimiento**, el título ha mostrado una evolución positiva tras el descenso observado en 2021/22, pasando del 75,2% en ese curso al 85,3% en 2022/23, 86,3% en 2023/24 y 87,4% en 2024/25, lo que supone el mejor valor de toda la serie. Además, este resultado se sitúa ligeramente por encima del registrado por el Centro en 2024/25 (86,9%), lo que refleja una evolución favorable del título. De forma similar, la **tasa de evaluación** también mejora progresivamente desde 2021/22, al pasar del 76,3% al 88,2% en 2024/25, superando igualmente el valor del Centro (87,1%). Estos datos indican una mejora sostenida en el seguimiento de las asignaturas y en la presentación del alumnado a las actividades de evaluación.

La **tasa de éxito** se mantiene elevada y estable durante toda la serie, siempre en valores próximos al 100% (99,1% en 2024/25), situándose en un nivel similar al del centro (99,8% en el 2024/25) lo que evidencia que, una vez que el alumnado se presenta a evaluación, supera las asignaturas en un porcentaje muy alto.

En cuanto a la **tasa de abandono**, se aprecia una evolución favorable en 2024/25. Tras los valores más elevados registrados en 2022/23 (10,3%) y 2023/24 (9,7%), en el curso 2024/25 desciende hasta el 3,7%, situándose claramente por debajo del 10% del Centro. Esta mejora representa una reducción significativa respecto a los dos cursos anteriores y constituye un

resultado positivo del periodo analizado. Este comportamiento puede estar relacionado con una mayor estabilización del alumnado y con un seguimiento más cercano desde la coordinación del título.

Respecto a la **tasa de graduación**, aunque el título presenta en 2024/25 un descenso hasta el 63% frente al 74,2% de 2023/24, el valor continúa siendo superior al del Centro (58,2%). Tal como ya se indicó en análisis previos, esta variación puede explicarse, en parte, por la existencia de estudiantes que acceden al mercado laboral antes de finalizar el TFM, así como por alumnado que demora su defensa durante varios cursos académicos. Por ello, desde la coordinación del Máster se seguirá insistiendo en la importancia de completar el TFM en los plazos previstos, reforzando el acompañamiento al estudiantado a través de recordatorios y de las sesiones de orientación específicas.

La **tasa de eficiencia** se mantiene en niveles altos a lo largo de toda la serie, con el 90,8% en 2024/25 siendo similar al valor del Centro (92,7%). En relación con la **duración media de los estudios**, el título presenta una evolución favorable, los datos mejoran hasta situarse en 1,3 años en 2022/23, 1,6 en 2023/24 y 1,5 en 2024/25, cifra también ligeramente mejor que la del Centro (1,57). Este resultado es coherente con el carácter de un máster de un curso académico, aunque sigue estando condicionado, en determinados casos, por el retraso en la finalización y defensa del TFM.

En conjunto, el análisis longitudinal evidencia una evolución global positiva del título, especialmente en rendimiento, evaluación y abandono, junto con una estabilidad alta en la tasa de éxito. Asimismo, la comparación contextual con los valores del Centro permite interpretar adecuadamente los resultados del Máster, observándose que en 2024/25 el título se sitúa por encima del Centro en rendimiento, evaluación, graduación, abandono y duración media, mientras que presenta valores ligeramente inferiores en éxito y eficiencia, si bien en ambos casos dentro de márgenes reducidos.

Este análisis se incorpora de forma sistemática a la revisión anual del SGC, con objeto de facilitar la detección de variaciones relevantes, sus posibles causas y la definición de acciones de mejora. Cuadro de mando del Centro:

<https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/Cuadro-de-Mando-FCSC.pdf?u>. Rendición de cuentas del Centro:

<https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/calidad-Planificacion-rendicion-cuentas-Centro-2023-2024.pdf?u>

En el enlace (<https://goo.su/IR0A1SK>) se observa Porcentaje de Calificaciones por Asignatura, siendo Notable la calificación más obtenida por el alumnado en el curso 24/25 (Anexo IV).

6.4 El título dispone de indicadores para analizar grado de satisfacción del estudiantado con cada asignatura, así como con el programa formativo.

Según el artículo 2.4 del Reglamento UCA/CG09/2022, de 26 de septiembre, sobre la evaluación de la satisfacción del estudiantado con la docencia recibida, el Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, tiene acceso a todos los informes de resultados del grado de satisfacción con la docencia de todo el profesorado que imparte docencia en el Máster de Dirección de Marketing Digital y Social. Los informes están publicados en el [Sistema de Información de la UCA](#), siendo todos ellos públicos excepto los informes individualizados del profesorado.

Sobre los resultados de satisfacción global de los estudiantes con la docencia es buena, siendo de 4,7. También en el ISGC-P07-02 se observa que ha aumentado la satisfacción global del alumnado con el título, situándose este curso en 3,42.

Teniendo en cuenta las recomendaciones 10 y 11 del informe de seguimiento de ACCUA se han realizado entrevistas personales con el alumnado en los cursos 23/24 y 24/25, así como las acciones correctoras al respecto. Una vez llevada a cabo las entrevistas con los estudiantes (<https://goo.su/uUl3v>) se concluyó que el mayor problema fue la coordinación y satisfacción con algunos ponentes externos, sobre todo en la asignatura de “estrategias de marketing digital”. Además, algunos estudiantes demandan que haya un mejor “hilo conductor” en las sesiones de cada asignatura. Para solucionar esta situación se propone reconfigurar la evaluación de la asignatura y los ponentes externos que vienen a la misma. También, desde la coordinación del Máster se ha hablado con cada coordinador de asignaturas para la actualización de estas buscando un mayor “hilo conductor” entre las sesiones de la misma. En el curso 2024/2025 también se ha realizado las entrevistas con los estudiantes del Máster para obtener un feed-back del mismo como proceso de mejora continua, tanto del Máster en general como cada una de las asignaturas (<https://goo.su/sTKsX>).

Estas acciones correctoras se han puesto en práctica para el curso 2024/2025 y tal como se refleja en el en el ISGC-P07-02: (Grado de satisfacción global del alumnado con el título) ha aumentado la satisfacción global del alumnado con el título respecto el curso pasado, situándose en un 3,42.

En el curso 2024/25 no se ha presentado ninguna queja o reclamación, lo que demuestra el correcto y el normal desarrollo de la actividad docente.

Puntos fuertes

- Buenas tasas de rendimiento, éxito, eficiencia, evaluación, abandono y duración media de los estudios.
- Se confirma la mejora de la satisfacción global del PDI con el título.
- Ausencia de quejas e incidencias en el curso 24/25.

7) ORIENTACIÓN ACADÉMICA, ORIENTACIÓN PROFESIONAL Y EMPLEABILIDAD

7.1. El título tiene los servicios necesarios para poder garantizar la orientación académica y profesional del alumnado. El alumnado está satisfecho con los servicios orientación académica y profesional del alumnado.

1. Orientación Académica.

Desde la Universidad de Cádiz cabe destacar los siguientes aspectos:

a) Servicio de Atención Psicológica y Psicopedagógica (SAP). Éste tiene como objetivo atender las necesidades personales y académicas del alumnado, asesorándole en cuestiones que puedan mejorar la calidad de su estancia y aprendizaje. Cuenta con un equipo de profesionales de la psicología y psicopedagogía que ofrece información y asesoramiento en áreas relacionadas con: técnicas para mejorar el rendimiento académico, control de la ansiedad ante los exámenes, superar el miedo a hablar en público, entrenamiento en relajación, habilidades sociales, estrategias para afrontar problemas, toma de decisiones y otros aspectos personales y/o académicos.

b) Secretariado de Políticas de Inclusión. Su finalidad es garantizar un tratamiento equitativo y una efectiva igualdad de oportunidades para cualquier miembro de la comunidad universitaria que presente algún tipo de diversidad funcional, tratando de que estos principios también se hagan realidad en la sociedad en general.

c) Dirección General de Igualdad. La finalidad de esta unidad es tratar de eliminar las dificultades y barreras que impiden una participación igualitaria y el desarrollo personal, académico y profesional de todos los miembros de la comunidad universitaria y de que los principios de inclusión, pluralidad, diversidad, igualdad de oportunidades y equidad se hagan realidad tanto dentro como fuera de ella.

d) Dirección General de Diversidad. De reciente creación, tiene, como principal objetivo, promover y garantizar la igualdad real y efectiva y el respeto a los derechos de las personas que forman el conjunto de la comunidad universitaria y que se encuentren en situación de vulnerabilidad o desventaja por razones como el origen racial o étnico, sexo, orientación sexual, identidad de género, religión, convicción u opinión, edad, discapacidad, nacionalidad, enfermedad, condición socioeconómica, lingüística, afinidad política y sindical, por razón de su apariencia, u otra condición.

e) Servicio de Relaciones Internacionales (ORI). Integrado en el Área de Gestión de Alumnado y Relaciones Internacionales, se ha configurado como una herramienta básica en el objetivo estratégico de la Universidad de Cádiz. Desde este servicio se gestionan los distintos programas de movilidad con universidades y empresas extranjeras destinadas tanto a alumnado como a PDI y PTGAS, así como los proyectos de cooperación internacional, se organizan actividades de difusión e información y se apoyan las diversas iniciativas de internacionalización en las que participa el conjunto de la Universidad.

También, la Universidad de Cádiz organiza Jornadas de Orientación de Másteres, una actividad impulsada desde el Vicerrectorado de Alumnado y dirigida a los estudiantes de 4º de grado en los diferentes centros de sus cuatro campus para acercarles toda la información sobre la oferta académica de posgrado de la UCA para el próximo año académico.

Desde el Centro se dispone de información publicada en la web (<https://tinyurl.com/mpdw45z6>). El alumnado también dispone de un plan de orientación profesional publicado en la web (<https://ccsociales.uca.es/plan-de-orientacion-profesional/>).

En el Máster, las primeras sesiones del curso se dedican a unas jornadas de orientación sobre el curso, las diferentes asignaturas y cronograma, las actividades a desarrollar, los sistemas de evaluación y el procedimiento para la selección, elaboración y defensa con éxito de los Trabajos Fin de Máster.

2. Orientación Profesional.

La Universidad de Cádiz cuenta con programas para mejorar la empleabilidad de los universitarios dentro del mercado laboral, facilitándoles el conocimiento de los recursos de orientación y formación disponibles, así como las opciones más ventajosas para acceder y mantenerse en el empleo en función de sus intereses, demandas y sus perfiles formativos. Entre estos programas cabe destacar:

- El Plan Integral de Formación para el Empleo (PIFE) proporciona, a través de un itinerario formativo, los recursos necesarios para mejorar la empleabilidad de los estudiantes, constituyendo un complemento de las competencias profesionales del estudiante, adquiridas en su titulación y en las prácticas curriculares. El itinerario consta de 25 horas distribuidas en acciones formativas de 20 horas más 5 horas de encuentro empresarial (más información en: <https://bit.ly/3KjruXj>).
- Agencia de colocación: Este servicio está basado en un sistema dinámico que promueve de forma ágil y eficiente la vinculación de nuestros estudiantes y titulados con las ofertas de empleo generadas por el sector productivo. Se encuentra a disposición de todas las empresas e instituciones que requieran cubrir sus puestos de trabajo de acuerdo a las titulaciones universitarias. Con este servicio, se pretende ofrecer a los universitarios la oportunidad de encontrar un empleo profesional y a las empresas una amplia base de datos de candidatos procedentes de todas las diplomaturas, licenciaturas, grados, másteres y doctorados. Esta función de intermediación laboral consiste en recibir las ofertas de empleo por parte de las empresas y canalizar hacia ella a los candidatos con el perfil más competente, de acuerdo con las especificaciones requeridas (más información en: <https://uca.portalicaro.es/homeh>).
- La Feria de Empleo de la Universidad de Cádiz es un punto de encuentro entre sus estudiantes y egresados interesados en conocer las expectativas que ofrece el mercado laboral e incorporarse al mismo, y las empresas que buscan perfiles para incorporar en sus corporaciones. El objetivo es apoyar la incorporación de los estudiantes y titulados universitarios al mundo profesional, asesorándoles en el proceso de búsqueda de empleo y facilitando el contacto con las empresas adecuadas a sus perfiles profesionales, convirtiéndose en un punto de encuentro activo entre oferta y demanda cualificada.

Durante el desarrollo del curso se realizan con los estudiantes tutorías personalizadas y en grupo, así como sesiones o seminarios de orientación profesional.

La Universidad de Cádiz, cuenta con una Cátedra de Emprendedores con la que el Máster colabora. Profesionales especialistas de esta Cátedra de Emprendedores imparten sesiones en el Título. La UCA cuenta con un portal de emprendedores que proporciona información, formación y asesoría gratuita en emprendimiento a los estudiantes de la Universidad <https://emprendedores.uca.es/>

La Facultad cuenta con un plan de orientación profesional [Plan de Orientación](#) . Asimismo, la Universidad de Cádiz, cuenta con un Centro de Promoción del Empleo [Centro Empleo](#), así como un portal de gestión de las [prácticas extracurriculares](#).

3- Acciones de mejora sobre la orientación académica y profesional

Teniendo en cuenta la recomendación 12 del informe de seguimiento de ACCUA se proponen las siguientes acciones de mejora:

Acción 1:

Análisis más profundo de los indicadores de orientación académica y profesional del alumnado.

En el caso del indicador ISGC-P06-01 (grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación académica), la serie histórica del título muestra una evolución desigual entre 2020/21 y 2023/24 (2,78; 2,75; 2,95; 2,38), pero en el curso 2024/25 se observa una mejora clara, alcanzando un valor de 3,22, lo que supone el mejor dato de los dos últimos cursos y una recuperación significativa respecto al curso anterior, situándose en un valor similar al del

Centro(3,37).La evolución reciente resulta positiva y coherente con las actuaciones de mejora implantadas en el Máster en materia de información, acompañamiento y coordinación académica

En relación con el indicador ISGC-P06-02 (grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional), también se aprecia una evolución favorable. Tras los valores obtenidos en cursos anteriores (2,56; 2,63; 2,5; 2,0), en 2024/25 el título alcanza un 3,4, lo que representa una mejora muy notable respecto al curso 2023/24 y sitúa este indicador en un nivel prácticamente idéntico al del Centro (3,47). Este resultado pone de manifiesto el impacto positivo de las acciones desarrolladas para acercar al alumnado a la realidad profesional del sector y reforzar su preparación para la inserción laboral.

En conjunto, ambos indicadores reflejan una mejora significativa en 2024/25, permitiendo constatar una tendencia favorable en la percepción del alumnado sobre las actuaciones impulsadas por el título. Este análisis ha servido para vincular de forma más explícita los resultados obtenidos con las decisiones incluidas en el Plan de Mejora, de manera que la información derivada de estos indicadores contribuya efectivamente a la revisión y fortalecimiento de las acciones de orientación académica y profesional del Máster.

Acción 2:

Jornadas específicas de orientación académica, profesional y de TFM con el alumnado, una al comenzar el curso y otra al comenzar el segundo cuatrimestre (<https://goo.su/BwT2q2>)

Acción 3:

Creación y desarrollo de la asignatura de coordinación en el campus virtual para una continua atención del alumnado en orientación académica y profesional (<https://goo.su/zrqAdz> y <https://goo.su/uzJ6HwR>)

Acción 4:

Creación dentro de la última asignatura del Máster “Creación y Dirección de Empresas en Entorno Digital” un hackaton o evento intensivo enfocado en la creatividad, la innovación y el emprendimiento en el ámbito del marketing digital. Un hackatón es un evento intensivo de innovación donde equipos multidisciplinares trabajan durante un tiempo limitado (generalmente 24-48 horas) para generar ideas, resolver retos o desarrollar proyectos en torno a un tema específico. Se trata de aprender haciendo. Durante dos intensas jornadas, estudiantes, especialistas y apasionados del marketing trabajarán en equipos para desarrollar ideas disruptivas y soluciones reales a retos actuales (<https://goo.su/tcM0W9t>).

Acción 5:

Jornadas con exalumnos y profesionales con ponencias y mesas redondas para informar a los alumnos de la realidad del mercado laboral y de las salidas profesionales en el sector (<https://goo.su/BwT2q2>). En este sentido se ha llevado a cabo una jornada específica de orientación profesional en la que estudiantes egresados que están trabajando en el sector del marketing digital vienen al Máster a dar una pequeña conferencia al alumnado del Máster. En el curso 2024/25 participaron 5 estudiantes egresados del Máster.

Acción 6:

Reorganización de ponentes externos, siendo estos profesionales en el sector del marketing digital, proporcionando a los alumnos una visión real y profesional de las tareas que se realizan en las empresas en este ámbito (<https://goo.su/BwT2q2>).

Acción 7:

Contratación de un servidor/hosting para el alumnado, a través del cual se le enseña a elaborar una página web sobre un negocio ideado por ellos y puedan realizar prácticas reales sobre los contenidos de estrategia de marketing digital que se imparten. De esta manera, se potencia la adquisición de competencias profesionales aplicadas, acercando al alumnado a entornos reales de trabajo y permitiendo que conozca el contenido que se realiza en negocios del ámbito del marketing digital, favoreciendo su empleabilidad. A continuación, se adjunta la factura servidor/hosting: <https://goo.su/VwgqOW> y las Instrucciones servidor/hosting para el alumnado: <https://goo.su/oDDF>.

Acción 8:

Realización de salida de campo para los alumnos del Máster al eCongress de Málaga, uno de los mayores eventos sobre marketing digital de Europa, poniendo en contacto al alumnado con profesionales del sector <https://www.econgressmalaga.es>.

Acción 9:

Elaboración del cronograma del Máster teniendo en cuenta toda la información de cada asignatura, reflejando el título para cada sesión y una descripción del contenido de la misma (<https://goo.su/BwT2q2>).

Acción 10:

Desarrollo de perfiles de redes sociales oficiales para el Máster, concretamente en Facebook, Instagram y LinkedIn a través del cual los alumnos pueden tener más información sobre noticias relacionadas con el sector del marketing digital, así como noticias relacionadas con el Máster y la Facultad. A través del perfil del Máster a través de la red social LinkedIn se generan contactos tanto con los estudiantes actuales como posibles potenciales del Máster, así como con los empleadores relacionados con el ámbito digital.

<https://www.facebook.com/marketingdigitalUCA>
https://www.instagram.com/marketingdigital_uca/
<https://www.linkedin.com/in/MasterDigitalUCA/>

Acción 11:

Se propone llevar a clase un coordinador de programa de doctorado para que explique a los estudiantes con detalle todo acerca de este tema. Una de las posibles salidas de los alumnos del Máster es la realización de un programa de doctorado, varios alumnos se han mostrado realmente interesados por lo que se considera idóneo como orientación académica que un coordinador de programa de doctorado de la Facultad les hiciera una presentación sobre el mismo y pudiera responder las cuestiones de los alumnos (<https://goo.su/Ouaas>).

Acción 12:

Nueva plataforma de TFM que mejora el procedimiento y la gestión de los TFM tanto para el alumnado como el profesorado (<https://sherryccsociales.uca.es/tfm/>) (<https://goo.su/U5htHKQ>).

7.2. Los resultados de los indicadores de empleabilidad de las personas egresadas son adecuados para las características de la titulación.

De forma anual entre los meses de marzo y abril se realizan las encuestas a egresados para la cohorte de egresados de 2 cursos anteriores. Para este curso 2024/25 se encuestó a la cohorte de egresados del curso 2022/2023.

En relación con los indicadores de empleabilidad correspondientes a la cohorte de egresados 2022/23, cabe destacar, en primer lugar, que la tasa efectiva de inserción profesional en un sector relacionado con los estudios realizados (ISGC-P07-06) alcanza el 100%, situándose por encima del valor del Centro (33,33%). Asimismo, la tasa de inserción con movilidad geográfica (ISGC-P07-08) se sitúa en el 50%, en un nivel idéntico al del Centro, lo que muestra una capacidad de inserción laboral que también se proyecta fuera del entorno más próximo. Por su parte, la tasa de inserción profesional en cualquier sector profesional (ISGC-P07-05) alcanza el 10%, un valor próximo al del Centro (13,48%). Aunque este indicador presenta un margen de mejora, su interpretación debe realizarse con cautela, dado que se basa en una tasa de respuesta reducida en la encuesta de egresados del título (15%), circunstancia que puede limitar la representatividad de los resultados. Finalmente, en el curso analizado no se registran casos de autoempleo (ISGC-P07-07), al igual que ocurre en el Centro. En conjunto, los datos disponibles permiten realizar una valoración positiva, especialmente por el comportamiento del indicador de inserción en un sector profesional afín al título.

Cabe comentar que desde el Centro y desde la coordinación del Máster se organizan distintas actividades que ponen en contacto a los estudiantes con profesionales del ámbito del marketing, la investigación de mercados y la comunicación, así como con egresados recientes que ya están desarrollando su actividad profesional y pueden ofrecer una visión muy cercana sobre la inserción laboral. Así, en el curso 2023/24 se ha celebrado una jornada de Orientación Profesional en las que participaron egresados que actualmente se encuentran desarrollando su actividad profesional en diferentes empresas vinculadas a la actividad de marketing. Así mismo, los estudiantes pudieron asistir, de manera gratuita (subvencionada por la Facultad), al eCongress de Málaga, uno de los mayores eventos sobre marketing digital de Europa.

Teniendo en cuenta la recomendación 13 del informe de seguimiento de ACCUA, se propone como acción de mejora conocer la situación actual de los egresados del Máster a través de una búsqueda a través de la red social LinkedIn. Esto permitirá obtener información sobre su situación laboral actual y tenerlos identificados para poder contactar con ellos.

7.3 Los perfiles de egreso fundamentalmente desplegados en el programa formativo mantienen su interés y están actualizados según los requisitos de su ámbito académico, científico o profesional.

La información sobre el proceso P07 – Proceso de medición de resultados se encuentra en https://ucalidad.uca.es/wp-content/uploads/2024/12/P07-Resultados_SGCC.pdf?u

Teniendo en cuenta la recomendación 15 del informe de seguimiento de ACCUA, se propone como acción de mejora conocer la situación actual de los egresados del Máster a través de una búsqueda a través de la red social LinkedIn. Esto permitirá obtener información sobre su situación laboral actual y tenerlos identificados para poder contactar con ellos.

7.4 Los empleadores están satisfechos con la formación recibida por los egresados.

El Máster no consta de prácticas curriculares sino de prácticas extracurriculares.

Teniendo en cuenta la recomendación 14 del informe de seguimiento de ACCUA, se propone como acción de mejora para el siguiente curso llevar a cabo un cuestionario con empleadores para conocer, entre otras circunstancias, la satisfacción de los empleadores con la formación recibida por los egresados, que permitirá realizar los correspondientes análisis y valoraciones necesarios para el seguimiento del título.

Por lo tanto, Según el proceso P07 [Proceso de medición de resultados](#), para recabar información sobre necesidades o expectativas, así como sobre la satisfacción de las personas empleadoras con las competencias adquiridas por el alumnado egresado durante sus estudios, el Centro facilitará la participación de este grupo de interés en las comisiones que estime conveniente, siendo aconsejable que se produzca ese encuentro una vez al año, dejando constancia del mismo. Esta se realizará a partir del próximo curso a través de un cuestionario a profesionales relacionados con el marketing digital. La información obtenida se utilizará para realizar los correspondientes análisis y valoraciones necesarios para el seguimiento de los títulos y de las estrategias de mejora del centro.

7.5 Los egresados están satisfechos con la formación recibida.

De acuerdo con los datos disponibles en el ISGC-P07-09 del Anexo I de este Autoinforme, el grado de satisfacción de los egresados con los estudios realizados ha aumentado respecto a cursos anteriores, situándose en 3,33 para la cohorte de egreso 2022/23. Este valor mejora los resultados de las cohortes 2020/21 (2,17) y 2021/22 (2,67) y con valores similares a los del centro (3,68). La evolución reciente resulta positiva y muestra una tendencia de mejora.

De forma complementaria, el indicador ISGC-P07-10, relativo al grado de satisfacción de los egresados con las competencias adquiridas en el título, también presenta una evolución favorable en la cohorte 2022/23, alcanzando igualmente un valor de 3,33. Este resultado supone una mejora respecto a las cohortes 2020/21 (2,67) y 2021/22 (2,33) y situándose en un valor similar al del Centro (3,63).

7.6 Se analiza la sostenibilidad del título teniendo en cuenta el perfil de formación que ofrece la titulación y los recursos disponibles.

Con el análisis de la sostenibilidad del título se persigue ofrecer una visión global sintetizada del Máster en Dirección de Marketing Digital y Social. Además, se realiza una estimación de la prospección que tendrá en los cursos próximos. Cabe destacar la viabilidad del título a través de los indicadores que se indican a continuación:

- Con relación a los recursos humanos disponibles para el título, se han aumentado los indicadores de calidad docente e investigadora de profesorado. El profesorado del Título ha aumentado el número de quinquenios y sexenios de investigación del profesorado. Resaltar que también la participación en el título de profesorado externo relacionado con el ámbito digital. Los recursos humanos del Máster son idóneos.
- Relacionado con los recursos materiales y servicios disponibles para el título, destacar que muchos de ellos han mejorado curso tras curso, estando en marcha la construcción de un nuevo aulario. Cabe resaltar que el Servicio de Biblioteca y Archivo de la UCA cuenta con innumerables premios a nivel nacional. En el Examen de Transparencia de 13 de noviembre de 2018, en el ranking DYNTRA de transparencia de las Universidades españolas, la Universidad de Cádiz ocupa el puesto cuarto a nivel nacional.

- Indicadores de satisfacción de los dos grupos de interés -estudiantes y profesorado. La satisfacción que muestran con el título en general, con la información pública, con la planificación, con la enseñanza y con las prácticas ha mejorado en los diferentes cursos académicos. La tasa de éxito del máster en el curso 2425 es del 99,1% fruto del seguimiento personalizado de la actividad académica de los estudiantes.
- Respecto al acceso y matriculación, se ha conseguido un gran número de estudiantes matriculados.
- Por último, es importante hacer constar que todas las acciones de mejora han sido tratadas, estudiadas y consideradas, con la intención de incrementar las fortalezas detectadas y reducir las debilidades, lo que ha permitido alcanzar un *grado de implantación del Título completamente ajustado a la memoria*.
- En cuanto a la sostenibilidad ambiental y normas de seguridad, hay que señalar que la Universidad de Cádiz mantiene la trayectoria de compromiso medioambiental de sus actividades y centros con la Certificación en la UNE EN-ISO 14001:2004 de su Sistema de Gestión Ambiental con alcance a todas sus actividades de docencia, investigación y actividades administrativas en sus cuatro campus, obtenida en el año 2011.

Puntos fuertes

- Han mejorado la satisfacción del alumnado con la orientación académica y profesional.
- Han mejorado los datos sobre los egresados respecto a cursos anteriores.

PLAN DE MEJORA

Recomendación ACCUA (Aspectos para la mejora del título y/o Aspectos que deben ser subsanados) o punto débil	Acciones de mejora a desarrollar / Evidencia	Prioridad (Alta, Baja, Media)	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de finalización	Indicador de seguimiento (en su caso)
<p><i>Recomendación nº 1:</i> <i>Se debe unificar y centralizar en un único espacio web accesible toda la documentación relativa al Sistema Interno de Garantía de Calidad del título (procesos, responsables, normativa, composición de la CGC, documentación de seguimiento, informes ACCUA, autoinformes y planes de mejora), mejorando así la accesibilidad, la coherencia y la claridad de la información para los grupos de interés.</i></p>	<p>Acción 1: Se va a consultar con el decanato de la Facultad para que pueda realizarse la unificación de la documentación relativa al Sistema Interno de Garantía y Calidad.</p> <p>Evidencia 1: https://goo.su/33aUY</p>	Alta	Centro	2/2026	9/2026	
<p><i>Recomendación nº 2:</i> <i>Se recomienda continuar avanzando en la centralización y accesibilidad de la documentación del SGC, de manera que los responsables académicos y los grupos de interés dispongan de un acceso más integrado a procesos, normativa, indicadores y evidencias, evitando la dispersión entre diferentes espacios institucionales.</i></p>	<p>Acción 1: Para la documentación del SGC se ha abandonado el espacio COLABORA y en su lugar se ha añadido el UCADRIVE para la información confidencial, completando la página web.</p> <p>Evidencia 1: - Enlace a UCADRIVE del centro: https://goo.su/8hXpZgw - Enlace a la página web del Máster: https://goo.su/33aUY</p>	Media	SGC	2/2026	9/2026	
<p><i>Recomendación nº 3:</i> <i>Se recomienda reforzar la trazabilidad documental y pública del funcionamiento</i></p>	<p>Acción 1: La información sistematizada clave del título es el propio autoinforme de seguimiento, este incluye</p>	Media	SGC	2/2026	9/2026	

<p>anual del SGC, sistematizando en un informe o resumen la información clave del título (indicadores, análisis, acuerdos de la CGC y acciones de mejora) para facilitar su comprensión por parte de los grupos de interés.</p>	<p>indicadores, enlace a las actas de comisiones, etc. el cual se elabora anualmente junto al plan de mejora.</p> <p>Por otro lado, la Facultad de Ciencias Sociales, tiene publicada en su página web, un apartado de calidad, en el apartado planificación rendición de cuentas se resumen todas las actuaciones relacionadas con el SGC, así como la forma en que se hace pública a los distintos grupos de interés.</p> <p>Evidencia 1: - Autoinformes del título: https://goo.su/8uEEvY5 - Apartado de calidad del centro: https://goo.su/5sCx5</p>					
<p>Recomendación nº 4: <i>Se recomienda profundizar en la vinculación explícita entre los indicadores del SGC y las acciones de mejora recogidas en el Plan, destacando en futuros autoinformes cómo las medidas implantadas han influido en la evolución de tasas académicas, en la satisfacción del estudiantado y en la calidad de procesos clave como coordinación docente, TFM y orientación.</i></p>	<p>Acción 1: Se tiene en cuenta profundizar en la vinculación entre los indicadores del SGC y las acciones de mejora.</p> <p>Evidencia 1: Autoinformes del título: https://goo.su/8uEEvY5</p>	Media	Coordinador	2/2026	11/2028	GC-P04-10: Grado de satisfacción del alumnado con la coordinación: 20/21: 2.16 21/22: 3 22/23: 2.76 23/24: 2.35 24/25: 2.91
<p>Recomendación nº 5: <i>Se deben reforzar los mecanismos de coordinación docente, especialmente en lo relativo a la homogeneidad metodológica, la planificación conjunta y la coherencia interna entre asignaturas, asegurando la aplicación efectiva de las medidas ya iniciadas (revisión de contenidos, reorganización de ponentes externos, secuenciación de actividades y uso del sistema compartido de información). Este refuerzo debe orientarse a garantizar la continuidad pedagógica del programa y a mejorar los resultados de satisfacción del</i></p>	<p>Acción 1: Realizar reuniones con los coordinadores y profesores implicados en el contenido y el sistema de enseñanza del título para reforzar los mecanismos de coordinación docente asegurando la aplicación efectiva de las medidas.</p> <p>Acción 2: Realización de entrevistas con el alumnado una vez finalizado el periodo docente del Máster para conocer, en este caso, la satisfacción de los mismos con la coordinación docente.</p> <p>Acción 3:</p>	Alta	Coordinador	Acción 1: 10/2024 Acción 2: 10/2024 Acción 3: 10/2024 Acción 4: 10/2024 Acción 5: 10/2022 Acción 6: 10/2022	Acción 1: 11/2028 Acción 2: 11/2028 Acción 3: 11/2028 Acción 4: 11/2028 Acción 5: 11/2028 Acción 6: 11/2028	GC-P04-10: Grado de satisfacción del alumnado con la coordinación: 20/21: 2.16 21/22: 3 22/23: 2.76 23/24: 2.35 24/25: 2.91

<p><i>alumnado, en particular los reflejados en el indicador ISGC-P04-10.</i></p>	<p>Mejora de la coordinación entre asignaturas y la coherencia interna de cada asignatura.</p> <p>Acción 4: Reorganización de algunos ponentes externos, sobre todo en la asignatura de “estrategias de marketing digital”.</p> <p>Acción 5: Elaboración del cronograma del Máster teniendo en cuenta toda la información de cada asignatura, reflejando el título para cada sesión y una descripción del contenido de la misma.</p> <p>Acción 6: Creación y desarrollo de la asignatura de coordinación en el campus virtual para una mejor comunicación con el alumnado.</p> <p>Acción 7: Establecer un sistema de información mediante unos documentos compartidos a través de una carpeta, donde los profesores completan un informe de los contenidos realmente impartidos, las prácticas realizadas y los programas utilizados.</p> <p>Acción 8: Contratación de un servidor/hosting para el alumnado, a través del cual se le enseña a elaborar una página web sobre un negocio ideado por ellos y puedan realizar prácticas reales sobre los contenidos de estrategia de marketing digital que se imparten. En este sentido se produce una coordinación entre las asignaturas de “herramientas informáticas para el marketing digital” (en las que se les enseña a usar el servidor/hosting y a crear la web) y “estrategias de marketing digital en la empresa” (en la que aprenden a implementar el contenido de estrategias de marketing digital en la web).</p> <p>Evidencia 1 y 3: Actas de reunión con coordinadores de asignaturas</p>			<p>Acción 7: 10/2022</p>	<p>Acción 7: 11/2028</p>	
---	---	--	--	--------------------------	--------------------------	--

	<p>21/22 https://goo.su/soPT2KXc https://goo.su/SvxzY</p> <p>22/23 https://goo.su/qKvqi https://goo.su/dIOS1</p> <p>23/24 https://goo.su/NY0g</p> <p>24/25 https://goo.su/jNERn</p> <p>Evidencia2: Entrevista con el alumnado 23/24 https://goo.su/uUI3v 24/25 https://goo.su/sTKsX</p> <p>Evidencia 4 y 5: Cronograma curso 21/22: https://goo.su/KFsGh Cronograma curso 22/23: https://goo.su/Gxb7xUp Cronograma curso 23/24: https://goo.su/G2ENf Cronograma curso 24/25: https://goo.su/BwT2q2</p> <p>Evidencia 6: - Asignatura de coordinación en el campus virtual curso 21/22: https://goo.su/j2zze https://goo.su/cVi8 - Asignatura de coordinación en el campus virtual curso 22/23 https://goo.su/9hz93QO https://goo.su/QAJluVz - Asignatura de coordinación en el campus virtual curso 23/24 https://goo.su/3lhdzZ https://goo.su/Y64iM - Asignatura de coordinación en el campus virtual curso 24/25 https://goo.su/zrqAdz https://goo.su/uzJ6HWR</p> <p>Evidencia 7:</p>					
--	--	--	--	--	--	--

	<p>Captura de carpetas con el contenido de las asignaturas compartidas por Google Drive 21/22 https://goo.su/4JmA7 22/23 https://goo.su/5wYKNM 23/24 https://goo.su/2FgB6iN 24/25 https://goo.su/QNGSR</p> <p>Evidencia 8: 24/25 Factura servidor/hosting: https://goo.su/VwggOW Instrucciones servidor/hosting para el alumnado: https://goo.su/oDDF</p>					
<p><i>Recomendación nº 6: Se recomienda continuar reforzando la participación del profesorado en acciones formativas institucionales, especialmente en ámbitos de innovación docente, actualización metodológica y uso avanzado de herramientas digitales, con el fin de consolidar la tendencia positiva ya observada y fortalecer la coherencia pedagógica del programa en línea con los estándares europeos de calidad.</i></p>	<p>Acción 1: Plantear a los coordinadores de las asignaturas del Máster la creación de un grupo de innovación docente que pueda abarcar acciones o proyectos sobre innovación docente orientadas al Máster.</p>	<p>Media</p>	<p>Coordinador</p>	<p>2/2026</p>	<p>2/2027</p>	<p>ISGC-P05-02: Participación del profesorado en acciones formativas. (%): 20/21 58,62% 21/22 48,28% 22/23 42,86% 23/24 44,83% 24/25 54,84%</p> <p>ISGC-P05-03: Participación del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente. (%): 20/21 40,26% 21/22 48,19% 22/23 53,01% 23/24 51,28% 24/25 54,02%</p>

<p><i>Recomendación nº 7:</i> Se deben incorporar indicadores institucionales específicos sobre la satisfacción del personal de apoyo (PAS y personal técnico) vinculado al máster y realizar un análisis más detallado de su suficiencia cuantitativa en el marco del SGC, de forma que pueda valorarse adecuadamente su contribución al funcionamiento del título e integrarse esta información en el Plan de Mejora.</p>	<p>Acción 1: Desde el SGC de la UCA, todos los años en el mes de abril se lanza la encuesta a los PTGAS y PTGAS de centros adscritos. Pero desde el año 2022, en vez de lanzarlo por título, se decidió por el SGC de la UCA, lanzarlo por centros. Esto es debido a que no hay PTGAS adscrito a un título concreto sino a un centro, y por tanto, no tenían sentido los resultados obtenidos.</p> <p>El indicador se encuentra en ISGC-P07-04: Grado de satisfacción global del PAS con el Centro. Se incorpora esta información en el autoinforme.</p> <p>Evidencia 1: https://ucalidad.uca.es/wp-content/uploads/2026/02/P07-Resultados_SGCCVFINAL.pdf?u</p>	<p>Alta</p>	<p>SGC</p>	<p>2/2026</p>	<p>9/2026</p>	<p>ISGC-P07-04: Grado de satisfacción global del PAS con el Centro: 20/21 3.88 21/22 3,85 22/23 3.77 23/24 3.77 24/25 3.83</p>
<p><i>Recomendación nº 8:</i> Se debe reforzar el análisis longitudinal de los indicadores académicos del título, incorporando un estudio sistemático de la serie temporal completa (rendimiento, éxito, evaluación, abandono, graduación, eficiencia y duración media), explicando variaciones entre cursos, posibles causas y desviaciones relevantes, e integrando este análisis en la revisión anual del SGC.</p>	<p>Acción 1: Se refuerza el análisis longitudinal de los indicadores académicos del título especificados.</p> <p>Evidencia 1: - Autoinformes del título: https://goo.su/8uEEvY5 - Cuadro de mando del Centro: https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/Cuadro-de-Mando-FCSC.pdf?u - Rendición de cuentas del Centro: https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/calidad-Planificacion-rendicion-cuentas-Centro-2023-2024.pdf?u</p>	<p>Alta</p>	<p>Coordinador</p>	<p>2/2026</p>	<p>11/2028</p>	<p>ISGC-P04-01: Tasa de rendimiento (%): 20/21 85,4% 21/22 75,2% 22/23 85,3% 23/24 86,3% 24/25 87,4%</p> <p>ISGC-P04-02: Tasa de éxito (%): 20/21 99,4% 21/22 98,6% 22/23 100% 23/24 99,2% 24/25 99,1%</p> <p>ISGC-P04-03: Tasa de evaluación (también denominada Tasa de presentados) (%):</p>

						<p>20/21 86% 21/22 76,3% 22/23 85,3% 23/24 86,9% 24/25 88,2%</p> <p>ISGC-P04-04: Tasa de abandono (%): 20/21 3,1% 21/22 5,3% 22/23 10,3% 23/24 9,7% 24/25 3,7%</p> <p>ISGC-P04-05: Tasa de graduación (%): 20/21 78,1% 21/22 52,6% 22/23 72,4% 23/24 74,2% 24/25 63%</p> <p>ISGC-P04-06: Tasa de eficiencia (%): 20/21 94,2% 21/22 84,3% 22/23 94,3% 23/24 91,7% 24/25 90,8%</p> <p>ISGC-P04-07: Duración media de los estudios 20/21 1,3 21/22 2,2 22/23 1,3 23/24 1,6 24/25 1,5</p>
--	--	--	--	--	--	---

<p><i>Recomendación nº 9: Se deben comparar los indicadores académicos del título con los valores del centro y, cuando proceda, con otras titulaciones afines, garantizando el análisis contextual requerido y facilitando la interpretación de los resultados.</i></p>	<p>Acción 1 Se comparan los indicadores académicos del título con los valores del centro y, cuando proceda, con otras titulaciones afines.</p> <p>Evidencia: - Autoinformes del título: https://goo.su/8uEEvY5</p>	<p>Alta</p>	<p>Coordinador</p>	<p>2/2026</p>	<p>11/2028</p>	<p>ISGC-P04-01: Tasa de rendimiento (%): 20/21 85,4% 21/22 75,2% 22/23 85,3% 23/24 86,3% 24/25 87,4%</p> <p>ISGC-P04-02: Tasa de éxito (%): 20/21 99,4% 21/22 98,6% 22/23 100% 23/24 99,2% 24/25 99,1%</p> <p>ISGC-P04-03: Tasa de evaluación (también denominada Tasa de presentados) (%): 20/21 86% 21/22 76,3% 22/23 85,3% 23/24 86,9% 24/25 88,2%</p> <p>ISGC-P04-04: Tasa de abandono (%): 20/21 3,1% 21/22 5,3% 22/23 10,3% 23/24 9,7% 24/25 3,7%</p> <p>ISGC-P04-05: Tasa de graduación (%): 20/21 78,1% 21/22 52,6% 22/23 72,4%</p>
---	---	-------------	--------------------	---------------	----------------	---

						23/24 74,2% 24/25 63% ISGC-P04-06: Tasa de eficiencia (%): 20/21 94,2% 21/22 84,3% 22/23 94,3% 23/24 91,7% 24/25 90,8% ISGC-P04-07: Duración media de los estudios 20/21 1,3 21/22 2,2 22/23 1,3 23/24 1,6 24/25 1,5
<i>Recomendación nº 10: Se deben incluir en el autoinforme los indicadores de satisfacción del alumnado desglosados por asignatura y disponer de un indicador específico de satisfacción global del programa diferenciado por cohorte, de manera que se garantice una valoración más completa de la experiencia formativa y se facilite la detección de áreas concretas de mejora.</i>	Acción 1: Realización de entrevistas con el alumnado una vez finalizado el periodo docente del Máster para conocer, en este caso, la satisfacción global de los mismos, así como por cada asignatura. Evidencia 1: Entrevista con el alumnado 23/24 https://goo.su/uUI3v 24/25 https://goo.su/sTKsX	Alta	Coordinador	5/2024	11/2028	ISGC-P07-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título: 20/21 2.21 21/22 2.57 22/23 2.86 23/24 2.15 24/25 3,25
<i>Recomendación nº 11: Se deben integrar de forma explícita los resultados de satisfacción del alumnado (globales y por asignatura) en el ciclo PDCA del SGC, evidenciando su uso en la toma de decisiones y en la planificación de las</i>	Acción 1: Realización de entrevistas con el alumnado una vez finalizado el periodo docente del Máster para conocer, en este caso, la satisfacción global de los mismos, así como por cada asignatura. Evidencia 1:	Alta	Coordinador	5/2024	11/2028	ISGC-P07-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título: 20/21 2.21 21/22 2.57 22/23 2.86

<p>acciones de mejora recogidas en el Plan de Mejora del título.</p>	<p>- Entrevista con el alumnado 23/24 https://goo.su/uUl3v 24/25 https://goo.su/sTKsX - Autoinformes del título: https://goo.su/8uEEvY5 - Cuadro de mando del Centro: https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/Cuadro-de-Mando-FCSC.pdf?u - Rendición de cuentas del Centro: https://ccsociales.uca.es/wp-content/uploads/calidad-Planificacion-rendicion-cuentas-Centro-2023-2024.pdf?u</p>					<p>23/24 2,15 24/25 3,25</p>
<p>Recomendación nº 12: Se debe reforzar el análisis sistemático de los indicadores ISGC-P06-01 e ISGC-P06-02, incorporando un estudio más profundo de su evolución, comparativas con los valores del centro u otras titulaciones afines y su vinculación explícita con decisiones y acciones del Plan de Mejora, de forma que la información relativa a orientación académica y profesional se utilice de manera efectiva para mejorar la satisfacción del alumnado.</p>	<p>Acción 1: Análisis más profundo de los indicadores de orientación académica y profesional del alumnado.</p> <p>Acción 2: Jornadas específicas de orientación académica, profesional y de TFM con el alumnado, una al comenzar el curso y otra al comenzar el segundo cuatrimestre.</p> <p>Acción 3: Creación y desarrollo de la asignatura de coordinación en el campus virtual para una continua atención del alumnado en orientación académica y profesional.</p> <p>Acción 4: Creación dentro de la última asignatura del Máster "Creación y Dirección de Empresas en Entornos Digitales" un hackaton o evento intensivo enfocado en la creatividad, la innovación y el emprendimiento en el ámbito del marketing digital</p> <p>Acción 5: Jornadas con exalumnos y profesionales con ponencias y mesas redondas para informar a los alumnos de la realidad del mercado laboral y de las salidas profesionales en el sector.</p>	<p>Alta</p>	<p>Coordinador</p>	<p>Acción 1: 2/2026 Acción 2: 2/2024 Acción 3: 10/2022 Acción 4: 5/2025 Acción 5: 10/2023 Acción 6: 10/2022 Acción 7: 10/2022 Acción 8: 10/2025</p>	<p>Acción 1: 11/2028 Acción 2: 11/2028 Acción 3: 11/2028 Acción 4: 11/2028 Acción 5: 11/2028 Acción 6: 11/2028 Acción 7: 11/2028 Acción 8: 11/2028</p>	<p>ISGC-P06-01: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación académica: 20/21 2,78 21/22 2,75 22/23 2,95 23/24 2,38 24/25 3,22</p> <p>ISGC-P06-02: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional: 20/21 2,56 21/22 2,63 22/23 2,5 23/24 2</p>

	<p>Acción 6: Reorganización de ponentes externos, siendo estos profesionales en el sector del marketing digital, proporcionando a los alumnos una visión real y profesional de las tareas que se realizan en las empresas en este ámbito.</p> <p>Acción 7: Contratación de un servidor/hosting para el alumnado, a través del cual se le enseña a elaborar una página web sobre un negocio ideado por ellos y puedan realizar prácticas reales sobre los contenidos de estrategia de marketing digital que se imparten. De esta manera, se potencia la adquisición de competencias profesionales aplicadas, acercando al alumnado a entornos reales de trabajo y permitiendo que conozca el contenido que se realiza en negocios del ámbito del marketing digital, favoreciendo su empleabilidad.</p> <p>Acción 8: Realización de salida de campo para los alumnos del Máster al eCongress de Málaga, uno de los mayores eventos sobre marketing digital de Europa, poniendo en contacto al alumnado con profesionales del sector.</p> <p>Acción 9: Elaboración del cronograma del Máster teniendo en cuenta toda la información de cada asignatura, reflejando el título para cada sesión y una descripción del contenido de la misma.</p> <p>Acción 10: Desarrollo de perfiles de redes sociales oficiales para el Máster, concretamente en Facebook, Instagram y LinkedIn.</p> <p>Acción 11:</p>					24/25 3,4
--	---	--	--	--	--	-----------

	<p>Se propone llevar a clase un coordinador de programa de doctorado para que explique a los estudiantes con detalle todo acerca de este tema.</p> <p>Acción 12: Nueva plataforma de TFM que mejora el procedimiento y la gestión de los TFM tanto para el alumnado como el profesorado.</p> <p>Evidencia 1: Punto 7 (Orientación académica, profesional y empleabilidad) del A autoinforme de cada curso.</p> <p>Evidencia 2, 5, 6 y 9: Cronograma curso 21/22: https://goo.su/KFsGh Cronograma curso 22/23: https://goo.su/Gxb7xUp Cronograma curso 23/24: https://goo.su/G2ENf Cronograma curso 24/25: https://goo.su/BwT2q2</p> <p>Evidencia 3: - Asignatura de coordinación en el campus virtual curso 21/22: https://goo.su/j2zze https://goo.su/cVi8 - Asignatura de coordinación en el campus virtual curso 22/23 https://goo.su/9hz93QO https://goo.su/QAJluVz - Asignatura de coordinación en el campus virtual curso 23/24 https://goo.su/3lhdxZ https://goo.su/Y64iM - Asignatura de coordinación en el campus virtual curso 24/25 https://goo.su/zrqAdz https://goo.su/uzJ6HWr</p> <p>Evidencia 4: Web del evento https://goo.su/tcM0W9t</p> <p>Evidencia 7:</p>					
--	--	--	--	--	--	--

	<p>24/25 Factura servidor/hosting: https://goo.su/VwggOW Instrucciones servidor/hosting para el alumnado: https://goo.su/oDDF</p> <p>Evidencia 8: Web del congreso: https://www.econgressmalaga.es</p> <p>Evidencia 10: Perfiles de redes sociales del Máster: https://www.facebook.com/marketingdigitalUCA https://www.instagram.com/marketingdigital_uca/ https://www.linkedin.com/in/MasterDigitalUCA/</p> <p>Evidencia 11: Presentación del programa de doctorado https://goo.su/Ouaas</p> <p>Evidencia 12: Web de la plataforma: https://sherryccsociales.uca.es/tfm/ Imagen del menú de la plataforma: https://goo.su/U5htHKQ</p>					
<p><i>Recomendación nº 13: Se debe desarrollar un análisis sistemático de los indicadores de empleabilidad (ISGC-P07-05, P07-06, P07-07 y P07-08), incluyendo la interpretación de tendencias, comparativas con los valores del centro y análisis del ajuste formación-empleo, e integrar este análisis en el ciclo PDCA del SGC para garantizar un uso efectivo de la información de empleabilidad en la planificación de mejoras.</i></p>	<p>Acción 1: Realización de un análisis sistemático de los indicadores de satisfacción de empleabilidad.</p> <p>Acción 2: Se propone conocer la situación actual de los egresados del Máster a través de una búsqueda a través de la red social LinkedIn. Esto permitirá obtener información sobre su situación laboral actual y tenerlos identificados para poder contactar con ellos.</p> <p>Evidencia 1: - Autoinformes del título: https://goo.su/8uEEvY5</p>	<p>Alta</p>	<p>Coordinador</p>	<p>Acción 1: 2/2026 Acción 2/2026</p>	<p>Acción 1: 11/2028 Acción 2: 2/2027</p>	<p>ISGC-P07-05: 18/19 3,85 19/20 17,14 20/21 19,23 21/22 13,33 22/23 10</p> <p>ISGC-P07-06: 18/19 100 19/20 33,33 20/21 40 21/22 100 22/23 100</p> <p>ISGC-P07-07:</p>

						<p>20/21 20% 21/22 SD 22/23 SD</p> <p>ISGC-P07-08: 18/19 100 19/20 60 20/21 100 21/22 50 22/23 50</p>
<p><i>Recomendación nº 14: Se debe desarrollar un instrumento formalizado para medir la satisfacción de empleadores, con un procedimiento estable de recogida de información, periodicidad definida e integración de este indicador en el Sistema Interno de Garantía de Calidad. Los resultados deberán recopilarse, analizarse e incorporarse en el autoinforme del próximo ciclo, vinculándolos explícitamente al Plan de Mejora.</i></p>	<p>Acción 1: Propuesta de realización de cuestionario a un conjunto de empleadores relacionados con el sector del marketing digital.</p>	Alta	Coordinador	2/2026	2/2027	
<p><i>Recomendación nº 15: Se debe incorporar un análisis sistemático de los indicadores de satisfacción de egresados (ISGC-P07-09 y P07-10), abordando la interpretación de tendencias (incluyendo el análisis de los descensos identificados), comparativas con los valores del centro, identificación de posibles causas y vinculación con acciones específicas del Plan de Mejora, de forma que estos</i></p>	<p>Acción 1: Realización de un análisis sistemático de los indicadores de satisfacción de los egresados.</p> <p>Acción 2: Se propone conocer la situación actual de los egresados del Máster a través de una búsqueda a través de la red social LinkedIn. Esto permitirá obtener información sobre su situación laboral</p>	Alta	Coordinador	<p>Acción 1: 2/2026</p> <p>Acción 2: 2/2026</p>	<p>Acción 1: 11/2028</p> <p>Acción 2: 2/2027</p>	<p>ISGC-P07-09: Grado de satisfacción de los egresados con los estudios realizados:</p> <p>18/19 4 19/20 2,83 20/21 2,17 21/22 2,67 22/23 3,33</p>

<i>resultados se utilicen de manera efectiva en la mejora continua del título.</i>	actual y tenerlos identificados para poder contactar con ellos. Evidencia 1: Autoinformes del título: https://goo.su/8uEEvY5					
--	---	--	--	--	--	--

ANEXO 1:

INFORME DE INDICADORES

1) P01 – Difusión de la información.

INDICADOR (TÍTULO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P01-01: Grado de satisfacción del alumnado con la información publicada del Título-Centro	3,21	3,63	3,19	3,23	3,71
ISGC-P01-02: Grado de satisfacción del PDI con la información publicada del Título-Centro	3,78	3,94	4,13	4,64	4,38
ISGC-P01-03: Grado de satisfacción del PTGAS con la información publicada de el/los Centro/s	3,78	3,87	3,3	3,66	3,67

INDICADOR (CENTRO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P01-01: Grado de satisfacción del alumnado con la información publicada del Título-Centro	3,71	3,92	3,92	3,46	3,6
ISGC-P01-02: Grado de satisfacción del PDI con la información publicada del Título-Centro	4,12	4,1	4,42	4,57	4,43
ISGC-P01-03: Grado de satisfacción del PTGAS con la información publicada de el/los Centro/s	3,78	3,87	3,3	3,66	3,67

2) P04 – Proceso para la Gestión de los Procesos de Enseñanza-Aprendizaje: Indicadores P04 (Rendimiento)

INDICADOR (TÍTULO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P04-01: Tasa de rendimiento (%)	85,4%	75,2%	85,3%	86,3%	87,4%
ISGC-P04-02: Tasa de éxito (%)	99,4%	98,6%	100%	99,2%	99,1%
ISGC-P04-03: Tasa de evaluación (también denominada Tasa de presentados) (%)	86%	76,3%	85,3%	86,9%	88,2%
ISGC-P04-04: Tasa de abandono (%)	3,1%	5,3%	10,3%	9,7%	3,7%
ISGC-P04-05: Tasa de graduación (%)	78,1%	52,6%	72,4%	74,2%	63%
ISGC-P04-06: Tasa de eficiencia (%)	94,2%	84,3%	94,3%	91,7%	90,8%
ISGC-P04-07: Duración media de los estudios	1,3	2,2	1,3	1,6	1,5
ISGC-P04-08: Número de plazas de prácticas externas ofertadas sobre el total del alumnado que solicita prácticas externas	-	-	-	-	-
ISGC-P04-09: Porcentaje de alumnado que participa en programas de movilidad (%)	-	1,96%	-	2,27%	-
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
	-	-	-	-	-
ISGC-P04-10: Grado de satisfacción del alumnado con la coordinación docente	2,16	3	2,76	2,15	2,91
ISGC-P04-11: Grado de satisfacción del alumnado con el proceso para la elección y realización del TFG/TFM	3,31	2,43	2,89	2,96	3,3
ISGC-P04-12: Grado de satisfacción de los tutores académicos con las prácticas externas realizadas por los estudiantes	-	-	-	-	-
ISGC-P04-13: Grado de satisfacción de los tutores de las entidades colaboradoras con el desempeño del alumnado en las prácticas externas	-	-	-	-	-
ISGC-P04-14: Grado de satisfacción del alumnado con las prácticas externas realizadas	-	-	-	-	-
ISGC-P04-15: Grado de satisfacción del alumnado que ha participado en redes de movilidad nacional e internacional, tanto entrantes como salientes	2,6	-	3,67	-	3,5

INDICADOR (CENTRO)		2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P04-01: Tasa de rendimiento (%)		86,9%	83%	85,7%	86,4%	86,9%
ISGC-P04-02: Tasa de éxito (%)		99,8%	99,6%	99,3%	99,7%	99,8%
ISGC-P04-03: Tasa de evaluación (también denominada Tasa de presentados) (%)		87,1%	83,3%	86,3%	86,6%	87,1%
ISGC-P04-04: Tasa de abandono (%)		4,3%	6,4%	12,2%	9%	10%
ISGC-P04-05: Tasa de graduación (%)		74,2%	71,8%	63,3%	71%	58,2%
ISGC-P04-06: Tasa de eficiencia (%)		95%	90,6%	90,6%	91,2%	92,7%
ISGC-P04-07: Duración media de los estudios		1,52	1,74	1,85	1,71	1,57
ISGC-P04-08: Número de plazas de prácticas externas ofertadas sobre el total del alumnado que solicita prácticas externas		1,32	1,41	1,05	1,66	-
ISGC-P04-09: Porcentaje de alumnado que participa en programas de movilidad (%)	Movilidad entrante internacional	0,6%	1,43%	0,7%	1,28%	1,69%
	Movilidad entrante nacional	-	-	-	-	-
	Movilidad saliente internacional	-	-	-	-	0,56%
	Movilidad saliente nacional	-	-	-	-	-
ISGC-P04-10: Grado de satisfacción del alumnado con la coordinación docente		3,25	3,68	3,52	2,87	3,18
ISGC-P04-11: Grado de satisfacción del alumnado con el proceso para la elección y realización del TFG/TFM		3,69	3,58	3,7	3,32	3,51
ISGC-P04-12: Grado de satisfacción de los tutores académicos con las prácticas externas realizadas por los estudiantes		4,53	4,13	4,24	4,54	3,85
ISGC-P04-13: Grado de satisfacción de los tutores de las entidades colaboradoras con el desempeño del alumnado en las prácticas externas		3,05	1,61	2,44	2,35	4,57
ISGC-P04-14: Grado de satisfacción del alumnado con las prácticas externas realizadas		3,66	3,77	4	3,52	4,24
ISGC-P04-15: Grado de satisfacción del alumnado que ha participado en redes de movilidad nacional e internacional, tanto entrantes como salientes		3,33	3,92	3,58	2,89	3,71

3) P05 – Gestión del Personal Académico: Indicadores P05 (02-07).

INDICADOR (TÍTULO)		2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P05-02: Participación del profesorado en acciones formativas. (%)		58,62%	48,28%	42,86%	44,83%	54,84%
ISGC-P05-03: Participación del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente. (%)		41,38%	51,72%	71,43%	65,52%	74,19%
ISGC-P05-04: Grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia.		4,3	4,5	4,4	4,5	4,7
ISGC-P05-05: Porcentaje de profesores del título que han participado en las convocatorias del programa de evaluación de la actividad docente (Modelo DOCENTIA). (%)		27,59%	24,14%	24,14%	31,03%	48,39%
ISGC-P05-06: Porcentaje calificaciones "EXCELENTES" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente. (%)		75%	71,43%	71,43%	55,56%	33,33%
ISGC-P05-07: Porcentaje calificaciones "FAVORABLE" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente. (%)		25%	28,57%	28,57%	44,44%	66,67%

INDICADOR (CENTRO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P05-02: Participación del profesorado en acciones formativas. (%)	63,64%	50,6%	44,58%	38,46%	47,13%
ISGC-P05-03: Participación del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente. (%)	40,26%	48,19%	53,01%	51,28%	54,02%
ISGC-P05-04: Grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia.	4,5	4,5	4,5	4,7	4,7
ISGC-P05-05: Porcentaje de profesores del título que han participado en las convocatorias del programa de evaluación de la actividad docente (Modelo DOCENTIA). (%)	27,27%	26,51%	26,51%	21,79%	36,78%
ISGC-P05-06: Porcentaje calificaciones "EXCELENTES" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente. (%)	85,71%	90,91%	90,91%	76,47%	56,25%
ISGC-P05-07: Porcentaje calificaciones "FAVORABLE" obtenidas por los profesores participantes en la evaluación de la actividad docente. (%)	14,29%	9,09%	9,09%	5,88%	46,88%

4) Gestión de los recursos para el aprendizaje y apoyo al estudiante: Indicadores P04 (Acceso) y P06.

INDICADOR (TÍTULO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P04-16: Tasa de adecuación del título (matriculados de nuevo ingreso por preinscripciones realizadas en primera opción) (%)	100%	100%	60%	80,65%	96,3%
ISGC-P04-17: Tasa de ocupación del título (matriculados de nuevo ingreso por preinscripción con relación a la oferta) (%)	91,43%	54,29%	85,71%	88,57%	77,14%
ISGC-P04-18: Tasa de preferencia del título (preinscripciones en primera opción sobre plazas ofertadas) (%)	222,86%	211,43%	288,57%	291,43%	302,86%
ISGC-P04-19: Tasa de renovación del título o tasa de nuevo ingreso (%)	62,75%	52,78%	66,67%	62%	64,29%
ISGC-P06-01: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación académica	2,78	2,75	2,95	2,38	3,22
ISGC-P06-02: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional	2,56	2,63	2,5	2	3,4
ISGC-P06-03: Grado de satisfacción del alumnado con los recursos materiales e infraestructuras del título	2,67	3,65	3,51	3,49	3,83
ISGC-P06-04: Grado de satisfacción del profesorado con los recursos materiales e infraestructuras del título	4,41	4,29	4,29	4,56	4,14

INDICADOR (CENTRO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P04-16: Tasa de adecuación del título (matriculados de nuevo ingreso por preinscripciones realizadas en primera opción) (%)	98,92%	100%	71,6%	77,23%	80,91%
ISGC-P04-17: Tasa de ocupación del título (matriculados de nuevo ingreso por preinscripción con relación a la oferta) (%)	84,55%	71,82%	64,8%	73,72%	80,29%
ISGC-P04-18: Tasa de preferencia del título (preinscripciones en primera opción sobre plazas ofertadas) (%)	173,64%	160,91%	150,4%	164,96%	174,45%
ISGC-P04-19: Tasa de renovación del título o tasa de nuevo ingreso (%)	55,69%	55,63%	56,25%	69,66%	63,95%
ISGC-P06-01: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación académica	3,49	3,61	3,61	3,04	3,37
ISGC-P06-02: Grado de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional	3,16	3,38	3,42	2,79	3,47
ISGC-P06-03: Grado de satisfacción del alumnado con los recursos materiales e infraestructuras del título	3,48	4	3,86	3,77	3,99
ISGC-P06-04: Grado de satisfacción del profesorado con los recursos materiales e infraestructuras del título	4,46	4,33	4,36	4,46	4,37

5) P07 – Resultados: A) Satisfacción con la titulación (01-04).

INDICADOR (TÍTULO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P07-01_01: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Alumnado (%)	39,22%	22,22%	47,73%	54%	55,81%
ISGC-P07-01_02: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. PDI (%)	60%	70%	35,71%	43,75%	44,12%
ISGC-P07-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título	2,21	2,57	2,86	2,15	3,25
ISGC-P07-03: Grado de satisfacción global del PDI con el título	3,63	4	4,56	4,54	4,17
ISGC-P07-04: Grado de satisfacción global del PAS con el Centro	3,88	3,85	3,77	3,77	3,83

INDICADOR (CENTRO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P07-01_01: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Alumnado (%)	31,54%	80,85%	48,94%	39,49%	35,95%
ISGC-P07-01_02: Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. PDI (%)	29,73%	38,33%	27,07%	23,94%	21,43%
ISGC-P07-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título	3,13	3,86	3,79	3,11	3,42
ISGC-P07-03: Grado de satisfacción global del PDI con el título	4,2	4,24	4,52	4,39	4,22
ISGC-P07-04: Grado de satisfacción global del PAS con el Centro	3,88	3,85	3,77	3,77	3,83

6) P07 – Resultados: B) Egresados (05-10)

INDICADOR (TÍTULO)	AÑO DE EGRESO				
	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
ISGC-P07-01_03. Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Egresados (%)	3,85%	17,14%	23,08%	20,00%	15,00%
ISGC-P07-05: Tasa de inserción profesional en cualquier sector profesional (%)	3,85	17,14	19,23	13,33	10,00
ISGC-P07-06: Tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados (%)	100,00	33,33	40,00	100,00	100,00
ISGC-P07-07: Tasa de autoempleo (%)	-	-	20,00	-	-
ISGC-P07-08: Tasa de inserción con movilidad geográfica (%)	100,00	60,00	100,00	50,00	50,00
ISGC-P07-09: Grado de satisfacción de los egresados con los estudios realizados	4,00	2,83	2,17	2,67	3,33
ISGC-P07-10: Grado de satisfacción de los egresados con las competencias adquiridas en el título	4,00	3,17	2,67	2,33	3,33

NOTA: ISGC-P07-05 al ISGC-P07-10: Encuestas realizadas a los alumnos egresados 2 o 3 cursos antes

INDICADOR (CENTRO)	AÑO DE EGRESO				
	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23
ISGC-P07-01_03. Tasa de respuesta de la encuesta para el análisis de la satisfacción. Egresados (%)	15,63%	23,53%	26,74%	20,00%	21,35%
ISGC-P07-05: Tasa de inserción profesional en cualquier sector profesional (%)	15,63	17,65	24,42	13,75	13,48
ISGC-P07-06: Tasa efectiva de inserción profesional en un sector profesional relacionado con los estudios realizados (%)	50,00	22,22	57,14	54,55	33,33
ISGC-P07-07: Tasa de autoempleo (%)	-	-	9,52	18,18	-
ISGC-P07-08: Tasa de inserción con movilidad geográfica (%)	80,00	60,00	76,47	54,55	50,00
ISGC-P07-09: Grado de satisfacción de los egresados con los estudios realizados	3,60	2,92	3,17	3,44	3,68

ISGC-P07-10: Grado de satisfacción de los egresados con las competencias adquiridas en el título	3,40	2,92	3,30	3,31	3,63
--	------	------	------	------	------

NOTA: ISGC-P07-05 al ISGC-P07-10: Encuestas realizadas a los alumnos egresados 2 o 3 cursos antes

7) P07 – Resultados: C) BAU (11-14)

INDICADOR (TÍTULO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P07-11: Número de quejas o reclamaciones recibidas respecto al número de usuarios	-	-	-	-	-
ISGC-P07-12: Número de incidencias docentes recibidas respecto al número de usuarios	-	-	-	-	-
ISGC-P07-13: Número de sugerencias recibidas respecto al número de usuarios	-	-	-	-	-
ISGC-P07-14: Número de felicitaciones recibidas respecto al número de usuarios	-	-	-	-	-

INDICADOR (CENTRO)	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
ISGC-P07-11: Número de quejas o reclamaciones recibidas respecto al número de usuarios	-	-	-	-	-
ISGC-P07-12: Número de incidencias docentes recibidas respecto al número de usuarios	-	-	-	-	0,52%
ISGC-P07-13: Número de sugerencias recibidas respecto al número de usuarios	-	-	0,4%	-	-
ISGC-P07-14: Número de felicitaciones recibidas respecto al número de usuarios	0,82%	0,65%	-	1,28%	0,26%

ANEXO 2:

TABLAS PERSONAL ACADÉMICO

ANEXO II: Tabla Personal para impartir el título (último año impartido).

A continuación, se especifica el enlace a dicha información:

Distribución y características del personal académico del título <https://goo.su/6S489eR>

Tabla de Evolución del Personal Académico del Título <https://goo.su/BXWCjU>,

ANEXO 4:

TABLA CALIFICACIONES GLOBALES

ANEXO IV: Información sobre calificaciones globales del título y por asignaturas y tipo de enseñanza.

A continuación, se especifica el enlace a dicha información:

<https://goo.su/IR0A1SK>