



RSGC-P14-01: Autoinforme para el seguimiento del Título. V4

MASTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

CURSO 2016-2017

Elaborado:	Aprobado:
Comisión de Garantía de Calidad del Centro	Junta de Centro
Fecha: 09-04-2018	Fecha: 09-04-2018

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO

Id del ministerio	4314323
Denominación de la Titulación:	Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social
Centros/Sedes en las que se imparte:	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Curso académico de implantación	2013-2014
Tipo de Enseñanza:	Presencial
Convocatoria de seguimiento DEVA:	2018

I). INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE (IPD): WEB

Web del título:	http://ccsociales.uca.es/master/master-universitario-en-direccion-de-marketing-digital-y-social/
------------------------	---

Tras las recomendaciones recibidas en el informe de renovación de la acreditación, se ha procedido a un nuevo diseño de la página web, para su mejora. Se ha realizado la migración de los contenidos de la actual web del título, a los nuevos espacios creados en las páginas institucionales. <http://bit.ly/2FAqbXw>
 Así mismo, se ha insertado un enlace destacado para acceder de forma más sencilla a la página del título <http://bit.ly/2p2VAfc>

Puntos Fuertes y logros:

- La web del título cuenta con un nuevo diseño que unifica la estética y facilita la localización de la información. El nuevo sistema cuenta con un gestor de contenidos más sencillo de utilizar por los responsables de aportar el contenido.

Recomendaciones de los Informes de Seguimiento de la DEVA sobre el Criterio I) IPD.

<i>Fecha del informe de IPD</i>	<i>Recomendaciones recibidas: Indique el informe de procedencia (seguimiento).</i>	<i>Acciones llevadas a cabo para dar respuesta a estas recomendaciones y evidencia contrastable (Deben ser acciones que den por cerrada la recomendación):</i>	<i>Impacto observado en el título de las acciones.</i>
	Sin recomendaciones		

II) APLICACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE LA CALIDAD

El diseño del SGC, cuya descripción se puede consultar en <http://sgc.uca.es/>, después de sus distintas revisiones ha quedado bastante simplificado. Asimismo, se dispone de un espacio, <http://bit.ly/2Ik4xsl> donde se almacena toda la información del título y en especial la relacionada con los procesos de seguimiento y acreditación del mismo.

El SGC recoge toda la información e indicadores de interés para el título en el gestor documental <http://bit.ly/2FuX2kE>, así como los documentos relacionados con los distintos procedimientos que se llevan a cabo durante el curso (evaluación de perfil de ingreso, resultados docentes, auditorías internas, etc.). Con ello se dispone de una plataforma que aglutina toda la información necesaria para llevar a cabo el seguimiento y la mejora del título, que es valorada positivamente por sus usuarios.

La Comisión de Garantía de Calidad (CGC), responsable del seguimiento y control de calidad del título, ha elaborado, supervisado y aprobado, en su caso, todos los documentos requeridos por el Sistema de Garantía de Calidad. Ha hecho el seguimiento de los títulos, revisando, actualizando y mejorando el programa formativo y ha velado por el cumplimiento de los objetivos, valorando el grado de satisfacción de los grupos de interés con el título. Igualmente ha analizado y debatido sobre las acciones de mejoras propuestas en el título. Prueba de todo ello son todos los documentos relacionados con los procedimientos del SGC que han sido aprobados por esta comisión y que se encuentran subidos al gestor documental <http://bit.ly/2HsmNyr>, destacando por su importancia los Autoinformes anuales de seguimiento y de renovación de la acreditación, todos ellos realizados en forma y tiempo, así como la atención a los informes de seguimiento. Para poder llevar a cabo estas actividades de manera eficiente, el diseño de la CGC se ha realizado teniendo en cuenta en su composición, a los grupos de interés y que pueden ser claves en la toma de decisiones que a dicha Comisión compete. De esta forma, además del Decano y Secretario de Centro, están presentes en la misma los coordinadores de títulos del Centro, un profesor y un estudiante representante por título, personal de administración y servicios y dos agentes externos. La composición y documentación relativa a la CGC se puede consultar en <http://bit.ly/2HsmNyr>. El diseño y seguimiento de las distintas acciones de mejoras, detectadas a partir de la detección de puntos débiles así como la atención a las recomendaciones de los distintos informes de seguimiento, de verificación y de renovación de la acreditación los cuales se detallan más adelante, nos permiten mejorar la calidad y el grado de satisfacción con el título. Otra evidencia es el aumento en el grado de satisfacción en algunos de los indicadores, fruto de las acciones de mejora emprendidas para ello, el incremento de profesorado, o los cambios introducidos en la web para atender a las recomendaciones recibidas que han conseguido elevar el grado de satisfacción de alumnado y profesorado. Todo ello ha permitido que el proyecto establecido en la memoria del título se haya cumplido en todos los aspectos académicos, docentes y organizativos de manera satisfactoria, como consta en la información recogida en el portal del título <http://bit.ly/2FAqbXw> y en la documentación disponible en gestor documental del Sistema de Garantía de Calidad <http://bit.ly/2FuX2kE>. De esta forma se hace una valoración positiva del mismo.

Puntos Fuertes y logros:

- Sistema de Garantía de Calidad cada vez más consolidado y conocido por la comunidad universitaria del centro.
- Sistema de Garantía de Calidad que facilita el control, seguimiento y mejora del título.

Autoinforme del curso:	Puntos débiles	Propuestas de mejora

Recomendaciones de los Informes de Seguimiento de la DEVA sobre el Criterio II) APLICACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE LA CALIDAD.

Fecha del informe	Recomendaciones recibidas: Indique el informe de procedencia (seguimiento).	Acciones llevadas a cabo para dar respuesta a estas recomendaciones y evidencia contrastable (Deben ser acciones que den por cerrada la recomendación):	Impacto observado en el título de las acciones.
21-9-2016	RECOMENDACIÓN 1: Se debe seguir trabajando para garantizar la obtención de toda la información necesaria para el análisis del desarrollo de la titulación, tanto a nivel de Universidad, como de Centro y Titulación.	Acción: La Unidad de Calidad ha ampliado e incorporado al formato del autoinforme, más información al respecto, como es información del grado de satisfacción del PAS o de egresados. Dicha información se analiza a	Se dispone de una mayor información para conocer y analizar la evolución del título

		nivel de Título, Centro y Universidad. Evidencia contrastable: Los propios autoinformes http://bit.ly/2p2pVKD	
21-9-2016	RECOMENDACIÓN 2: Deberá hacerse un breve resumen de la dinámica de funcionamiento de la Comisión de Garantía Interna de Calidad en el periodo transcurrido desde el último autoinforme: composición, reuniones celebradas, principales temas tratados y acuerdos adoptados, etc.	Acción: En el autoinforme de renovación de la acreditación, ya se incluyó esta información, que se vuelve a incluir en este autoinforme Evidencia contrastable: Los propios autoinformes http://bit.ly/2p2pVKD	Se facilita el conocimiento de las tareas llevadas a cabo por la CGC
21-9-2016	RECOMENDACIÓN 3: Debe aportarse información sobre las herramientas informáticas disponibles para dar soporte al SGC.	Acción: En el autoinforme se incluye enlace a la web del SGC y a la plataforma del gestor documental, soporte informático del SGC para que se pueda conocer al detalle su estructura. Evidencia contrastable: Los propios autoinformes http://bit.ly/2p2pVKD	Se dispone de mayor conocimiento del funcionamiento del SGC

III) PROCESO DE IMPLANTACIÓN

PRINCIPALES INDICADORES:	Objetivo indicador *	TÍTULO						COMPARATIVAS CENTRO/UCA											
								CENTRO						UNIVERSIDAD					
		11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17
Satisfacción de los estudiantes con el procedimiento llevado a cabo para la elección y realización de los TFG/TFM.	3						2,2						2,73						2,80
Satisfacción del profesorado con el procedimiento llevado a cabo para la elección y realización de los TFG/TFM.	4						4,21						4,23						3,97

Análisis y Valoración:

El curso 2016/17 del Máster de Dirección en Marketing Digital y Social se desarrolló con absoluta normalidad. Se ha impartido toda la docencia sin incidencias destacables. Igualmente se han desarrollado sin incidencias los procesos de evaluación así como las defensas de los trabajos fin de máster.

Durante el curso, la demanda de alumnos solicitando realizar el título, superó las 35 plazas ofertadas. Por problemas con la documentación y las fechas de matrícula, 2 alumnos no pudieron completar el proceso de matriculación por lo que el curso se desarrolló con absoluta normalidad y con 33 alumnos matriculados.

Los alumnos y profesores muestran una alta satisfacción con el contenido y el desarrollo del título. La gran mayoría, casi un 90% de los alumnos de cursos anteriores están trabajando y casi todos en la especialidad del título. Los alumnos, que conocen los procedimientos de formulación de reclamaciones, no han formulado ninguna queja, lo que demuestra el óptimo desarrollo del curso.

En las encuestas la satisfacción de los alumnos con el procedimiento para la selección y realización de los trabajos fin de máster no es muy elevada. El título, dentro de las circunstancias y la normativa es flexible y facilita la selección del tema y tutor que desea el alumno. Sin embargo, persiste en las encuestas una baja percepción en este apartado. Por otro lado, muchos de nuestros alumnos encuentran trabajo y atrasan o no presentan el trabajo fin de máster.

Puntos Fuertes y logros:

Es uno de los títulos con mayor demanda de la Universidad de Cádiz. 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.

Autoinforme del curso:	Puntos débiles	Propuestas de mejora
2016/17	Baja satisfacción de los estudiantes con el procedimiento llevado a cabo para la elección y realización de los TFG/TFM.	Mejorar el grado de satisfacción de los estudiantes con el procedimiento para la elección del TFM

Recomendaciones de los Informes de Seguimiento de la DEVA sobre el Criterio III) PROCESO DE IMPLANTACIÓN.

Fecha del informe	Recomendaciones recibidas: Indique el informe de procedencia (seguimiento).	Acciones llevadas a cabo para dar respuesta a estas recomendaciones y evidencia contrastable (Deben ser acciones que den por cerrada la recomendación):	Impacto observado en el título de las acciones.
	Sin recomendaciones		

IV) PROFESORADO

PRINCIPALES INDICADORES:	Objetivo indicador *	TÍTULO						COMPARATIVAS CENTRO/UCA											
								CENTRO						UNIVERSIDAD					
		11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17
ISGC-P09-02: Participación del profesorado en acciones formativas	75			68%	83,3%	76,2%	69,2%	39,6%	45,4%	38,7%	58,0%	60,5%	56,6%	41,4%	34,4%	48,2%	46,7%	48,7%	48,5%
ISGC-P09-03: Participación	50			60%	50%	52,4%	38,4%	22,3%	41,8%	34,5%	33,3%	41,4%	22,3%	42,1%	23,4%	38,9%	28,3%	32,0%	30,9%

acción del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente																			
ISGC-P09-04: Asignaturas implicadas en Proyectos de innovación docente	10%		0%	0%	0,00%	0,00%	29,60%	28,80%	25,61%	29,20%	14,71%	29,60%	42,30%	36,30%	35,70%	18,36%	33,50%	15,30%	
ISGC-P09-05: Grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia	4,4		4	4,1	3,9	4,4	3,9	3,8	3,9	3,9	3,9	3,9	4	4	4	4	4,1	4,1	
ISGC-P09-06: Porcentaje de Profesorado del título evaluado con Docencia (evaluación positiva)	40		60%	50%	52,4%	38,46%			10,80%	15,44%	17,80%	21,09%			19,10%	16,71%	16,80%	17,65%	
P08 Satisfacción del profesorado con la "Coordinación entre los profesores del	3,8		3,8	3,43	3,50	3,72			3,18	3,59	3,75					3,23	3,38	3,65	

título".																		
P08 Satisfacción del alumnado con la "Coordinación entre los profesores del título".	2,5		1,86	2,72	2,29	1,73				2,53	2,61	2,50				2,29	2,34	2,47

Análisis y Valoración:

El título cuenta con un 50% de profesores Catedráticos y Titulares y un 69,2% de profesores con dedicación permanente.

El profesorado de la titulación acumula una experiencia docente de 58 quinquenios, siendo el 69,3% doctores.

El máster cuenta con una mayoría de profesores permanentes que acumulan mucha experiencia. Existe un adecuado equilibrio que se completa con una gran cantidad de profesores que son profesionales expertos como profesores externos.

Casi el 70% de los profesores participan en acciones formativas y un 38,46% en acciones de innovación y mejora educativa.

En principio, y tal y como se afirma en el informe de seguimiento, la experiencia investigadora del profesorado, no es muy elevada, Ello se debe al carácter de Facultad reciente del Centro. Sin embargo, en los últimos años, y fruto del esfuerzo del profesorado, se ha incrementado el porcentaje de titulares de universidad y contratados doctores que imparten docencia en el título, tal y como se comprueba en las tablas siguientes. En este sentido también se esperan mejora, a medida que las limitaciones para la creación de nuevas plazas y para las ayudas a la investigación por cuestiones presupuestarias, vaya desapareciendo.

El grado de satisfacción de los alumnos con la docencia es realmente muy alto y aumentó en este curso hasta situarse en 4,4 sobre 5.

La gran mayoría de nuestros antiguos alumnos están trabajando y muestran satisfacción con la formación recibida.

El título cuenta con 19 profesores externos del máximo nivel, especialistas que son asesores o expertos que trabajan en empresas de reconocido prestigio. En el título participan algunos de los máximos referentes de la especialidad como Miquel Florido o Franc Carreras.

Se han impartido conferencias y seminarios, tanto para los propios alumnos como para la formación de los profesores por parte de especialistas del máximo nivel. Seminarios impartidos por diferentes profesores entre ellos los muy reconocidos Miquel Florido y Franc Carreras.

Se ha ampliado la información proporcionada en la página web para facilitar la coordinación de los profesores, especialmente los profesores externos. Igualmente se han dado indicaciones para evitar duplicaciones o repeticiones de contenidos, de forma especial a los profesores externos.

Se ha establecido un procedimiento para suplir las posibles vacantes, los coordinadores de los diferentes módulos tienen previsto alternativas. Además disponemos de un grupo de Whatsapp con los alumnos. El sistema funciona a la perfección y se registraron cero incidencias.

EVOLUCIÓN DEL PERSONAL ACADÉMICO DEL TÍTULO: CATEGORÍA, DOCTORES, QUINQUENIOS, SEXENIOS, CRÉDITOS IMPARTIDOS EN EL TÍTULO Y PORCENTAJE DE DEDICACIÓN AL TÍTULO

Categoría - MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL	Total Profesorado			
	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17
Catedrático de Universidad	2	2	2	2
Catedrático de Escuela Universitaria	1	1	0	1
Profesor Titular Universidad	4	6	6	6
Profesor Titular Escuela Universitaria	5	4	2	4
Profesor Contratado Doctor	0	1	1	2
Profesor Colaborador	4	3	3	3
Profesor Ayudante Doctor	1	1	1	1
Profesor Ayudante	0	0	0	0
Profesor Asociado	2	2	2	2
Profesor Visitante	0	0	0	0
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	6	4	4	5
TOTAL	25	24	21	26

Categoría - MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL	Categoría / Totalx100			
	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17
Catedrático de Universidad	8,00%	8,33%	9,5%	7,7%
Catedrático de Escuela Universitaria	4,00%	4,17%	0,0%	3,8%
Profesor Titular Universidad	16,00%	25,00%	28,6%	23,1%
Profesor Titular Escuela Universitaria	20,00%	16,67%	9,5%	15,4%
Profesor Contratado Doctor	0,00%	4,17%	4,8%	7,7%
Profesor Colaborador	16,00%	12,50%	14,3%	11,5%
Profesor Ayudante Doctor	4,00%	4,17%	4,8%	3,8%
Profesor Ayudante	0,00%	0,00%	0,0%	0,0%
Profesor Asociado	8,00%	8,33%	9,5%	7,7%
Profesor Visitante	0,00%	0,00%	0,0%	0,0%
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	24,00%	16,67%	19,0%	19,2%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Categoría - MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL	Porcentaje Doctores			
	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17
Catedrático de Universidad	100,00%	100,00%	100,0%	100,0%
Catedrático de Escuela Universitaria	100,00%	100,00%	-	100,0%
Profesor Titular Universidad	100,00%	100,00%	100,0%	100,0%
Profesor Titular Escuela Universitaria	60,00%	50,00%	50,0%	50,0%
Profesor Contratado Doctor	--	100,00%	100,0%	100,0%
Profesor Colaborador	25,00%	33,33%	33,3%	66,7%
Profesor Ayudante Doctor	100,00%	100,00%	100,0%	100,0%
Profesor Ayudante	--	--	-	-
Profesor Asociado	50,00%	50,00%	50,0%	50,0%
Profesor Visitante	--	--	-	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	33,33%	0,00%	0,0%	20,0%
TOTAL	60,00%	62,50%	61,90%	69,23%

Categoría - MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL	Experiencia docente (total Quinquenios)			
	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17
Catedrático de Universidad	10	10	11	11
Catedrático de Escuela Universitaria	5	5	-	500,0%
Profesor Titular Universidad	13	22	22	24
Profesor Titular Escuela Universitaria	18	15	8	18
Profesor Contratado Doctor	--	0	0	0
Profesor Colaborador	0	0	0	0
Profesor Ayudante Doctor	0	0	0	0
Profesor Ayudante	--	--	-	-
Profesor Asociado	0	0	0	0
Profesor Visitante	--	--	-	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	0	0	0	0

Categoría - MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL	Experiencia investigadora (Total Sexenios)			
	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17
Catedrático de Universidad	1	1	1	1
Catedrático de Escuela Universitaria	0	0	-	0,0%
Profesor Titular Universidad	2	4	4	4
Profesor Titular Escuela Universitaria	0	0	0	0

Profesor Contratado Doctor	--	0	0	0
Profesor Colaborador	0	0	0	0
Profesor Ayudante Doctor	0	0	0	0
Profesor Ayudante	--	--	-	-
Profesor Asociado	0	0	0	0
Profesor Visitante	--	--	-	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	0	0	0	0
TOTAL	3	5	5	5

Categoría - MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL	Nº Créditos de dedicación al título			
	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17
Catedrático de Universidad	2,22	2,25	2,25	2,25
Catedrático de Escuela Universitaria	0,57	0,5	-	100,0%
Profesor Titular Universidad	13,98	10,1	9,75	8
Profesor Titular Escuela Universitaria	10,46	7,75	4,5	7
Profesor Contratado Doctor	--	2,25	2,25	3,25
Profesor Colaborador	1,57	1,25	1,25	1,25
Profesor Ayudante Doctor	2,7	1,5	1	1
Profesor Ayudante	--	--	-	-
Profesor Asociado	4,5	2,5	2,5	2,5
Profesor Visitante	--	--	-	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	7,2	4	3,5	3,75
TOTAL	43,2	32,1	27	30

Categoría - MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL	Porcentaje de créditos de dedicación al título sobre el total de créditos impartidos en el resto de títulos			
	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17
Catedrático de Universidad	3,80%	4,66%	4,5%	4,6%
Catedrático de Escuela Universitaria	1,86%	1,97%	-	4,2%
Profesor Titular Universidad	20,01%	10,94%	10,6%	9,1%
Profesor Titular Escuela Universitaria	10,25%	9,24%	13,7%	8,1%
Profesor Contratado Doctor	--	40,91%	50,0%	13,4%
Profesor Colaborador	1,83%	1,50%	1,8%	1,8%
Profesor Ayudante Doctor	11,54%	12,24%	8,5%	3,9%
Profesor Ayudante	--	--	-	-
Profesor Asociado	26,44%	11,79%	8,8%	8,7%
Profesor Visitante	--	--	-	-

Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	5,11%	5,25%	4,4%	5,8%
TOTAL	8,18%	7,16%	7,30%	6,50%

Puntos Fuertes y logros:

Una plantilla de profesores en su gran mayoría con dedicación permanente y mucha experiencia.
Un importante grupo de especialistas y ejecutivos de empresas como profesores externos.
Una muy alta satisfacción del alumnado con la docencia.

Autoinforme del curso:	Puntos débiles	Propuestas de mejora
2016/17	Baja satisfacción del alumnado con la coordinación entre los profesores del título.	Elevar la satisfacción del alumnado con la coordinación entre los profesores del título

Recomendaciones de los Informes de Seguimiento de la DEVA sobre el Criterio IV) PROFESORADO.

Fecha del informe	Recomendaciones recibidas: Indique el informe de procedencia (seguimiento).	Acciones llevadas a cabo para dar respuesta a estas recomendaciones y evidencia contrastable (Deben ser acciones que den por cerrada la recomendación):	Impacto observado en el título de las acciones.
21-9-2016	RECOMENDACIÓN 1: Debería aportarse más información sobre el claustro de profesores. Preferiblemente una tabla clasificando al profesorado implicado por su posición académica, su cualificación y experiencia docente, investigadora y profesional, etc	Acción: Se aporta información en este autoinforme. Evidencia contrastable: el propio documento	Mejora de la información. Mejor reflejo de la información disponible y facilidad para realizar el seguimiento
21-9-2016	RECOMENDACIÓN 2: Debería aclararse o justificarse el escaso rendimiento investigador del profesorado que se aprecia con los datos aportados y, si ha lugar, proponer acciones de mejora para corregirlo	Acción: Se aporta información en este autoinforme. Evidencia contrastable: el propio documento	Se aclara esta cuestión
21-9-2016	RECOMENDACIÓN 3: Debería realizarse una exposición resumida de las acciones realizadas en el último periodo para asegurar la coordinación docente, la sustitución de vacantes o el incremento de la cualificación del profesorado.	Acción: Se aporta información en este autoinforme. Evidencia contrastable: el propio documento y la página web del título.	Mejor reflejo de la información disponible y facilidad para realizar el seguimiento

V) INFRAESTRUCTURAS, SERVICIOS Y DOTACIÓN DE RECURSOS

PRINCIPALES INDICADORES:	Objetivo o indicador *	TÍTULO						COMPARATIVAS CENTRO/UCA											
		11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	CENTRO					UNIVERSIDAD						
								11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17
ISGC-P10-02: Satisfacción de los estudiantes con los	3,5			3,35	3,76	2,86	3,29		3,78	3,48	3,58	3,58	3,51		3,46	3,21	3,51	3,34	3,51

recursos materiales e infraestructuras del título.																		
ISGC-P10-03: Satisfacción del profesorado con los recursos materiales e infraestructuras del título.	4,3		4,41	4,52	4,11	4,24		3,43	3,97	4,02	4,07	3,96		3,72	3,72	3,83	3,9	4,14
ISGC-P10-04: Porcentaje de asignaturas del título con actividad dentro del Campus Virtual.	100%		75%	100%	63,6%	36,36%	91,6	92,8	43,2	48,6	41	42,11	76,3	82,7	47,5	71,4	69,7	76,68
Satisfacción del alumnado con los Programas y actividades de apoyo y orientación académica del alumnado.			1,83	3,00	2,50							2,74						2,81
Satisfacción del alumnado con los Programas y actividades de orientación profesional.	2,5					1,70						2,45						2,62

Análisis y Valoración:

El Campus de Jerez de la Universidad de Cádiz cuenta con unas instalaciones relativamente recientes y en buenas condiciones. Cuenta con unas buenas infraestructuras y medios materiales para la adecuada realización de la docencia, que ha ido mejorando en los últimos años y así se reconoce en el informe final de renovación del a acreditación. Para mayor detalle, véase el siguiente enlace <http://bit.ly/2FyYONv>. Por su parte en el apartado VII se describen las acciones de mejorar desarrolladas en ese sentido que han puesto a disposición de los estudiantes, nuevos recursos e infraestructuras.

El dato de una baja utilización del campus virtual, procede de la utilización por parte del profesor de otras vías de comunicación y no de la falta de contenido de los módulos en el campus virtual.

Las encuestas muestran en general la satisfacción con las infraestructuras y los servicios. En el caso del profesorado es bastante alta, y en el del alumnado, ha mejorado bastante, gracias de las mejoras en este sentido y puestas a disposición de los estudiantes. El Campus dispone de una biblioteca muy bien surtida con más de 75 mil volúmenes así como información y sistemas de búsquedas digitales. Por otra parte, el Campus dispone de múltiples salas para formación, incluyendo aulas de idiomas y de informática dotadas con las últimas tecnologías.

Puntos Fuertes y logros:

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.

Autoinforme del curso:	Puntos débiles	Propuestas de mejora
2016/17	Baja satisfacción del alumnado con los Programas y actividades de orientación profesional.	Mejorar la satisfacción con los programas y actividades de orientación profesional

Recomendaciones de los Informes de Seguimiento de la DEVA sobre el Criterio V) INFRAESTRUCTURAS, SERVICIOS Y DOTACIÓN DE RECURSOS.			
Fecha del informe	Recomendaciones recibidas: Indique el informe de procedencia (seguimiento).	Acciones llevadas a cabo para dar respuesta a estas recomendaciones y evidencia contrastable (Deben ser acciones que den por cerrada la recomendación):	Impacto observado en el título de las acciones.
21-9-2016	RECOMENDACIÓN 1: Debería hacerse una exposición resumida de los servicios a disposición del estudiante para su orientación académica y profesional, a nivel de Universidad, Centro y Titulación. En la medida de lo posible, sería bueno conocer el grado de utilización y satisfacción por parte de los estudiantes	Acción: Incorporar un documento de información y orientación académica y profesional. Se ha incorporado en este autoinforme, un indicador que mide el nivel de satisfacción de los estudiantes con los programas de orientación académica y profesional Evidencia contrastable: La página web del título http://bit.ly/2p2pVKD y este autoinforme	Mejora de la información disponible para el alumno

VI.1) ORIENTACION PREUNIVERSITARIA Y PERFIL DE INGRESO.

VI) INDICADORES Y RESULTADOS.

PRINCIPALES INDICADORES:	Objetivo indicador *	TÍTULO						COMPARATIVAS CENTRO/UCA													
								CENTRO					UNIVERSIDAD								
		1 1 1 2	1 2 1 3	13-14	14-15	15-16	16-17	1 1 1 2	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	1 1 1 2	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17		
ISGC-P02-01: Tasa de adecuación de la titulación	88%					84,3 8%	88,2 4%						81,1 6%	84,3 4%						86,5 8%	88,1 5%

ISGC-P02-02: Tasa de ocupación del título.	100%		51,43%	100,00%	91,43%	97,14%	91,43%	60,00%	86,67%	65,71%	79,05%		65,84%	61,74%	62,80%	72,58%	73,03%
ISGC-P02-03: Tasa de preferencia de la titulación.	90%				131,43%	85,71%	-	-	-	91,43%	66,67%		-	-	-	115,69%	64,37%
ISGC-P02-04: Tasa de renovación del título o tasa de nuevo ingreso.	100%		100,00%	100,00%	96,77%	94,29%	97,00%	96,92%	97,80%	94,12%	90,00%		97,60%	94,83%	95,90%	85,57%	79,87%
ISGC-P02 : Oferta de plazas	35		35	35	35	35	70	105	105	105	105		1332	1427	1692	1615	1687
ISGC-P02 : Matriculados de nuevo ingreso	35		18	35	30	33	64	63	91	65	81		877	881	1062	1170	1202

La adecuación de la titulación se encuentra a un alto nivel, alcanzando el 88,24% y aumentando respecto al curso anterior. Durante este curso la tasa de ocupación fue del 97% y no se alcanzó el 100%, aunque existía una gran demanda, por 2 alumnos con problemas en la matriculación. La tasa de preferencia de la titulación del 85,7% es relativamente alta. El título por tanto, tiene una gran demanda que superó en el curso 2016/17 las plazas disponibles. La tasa de preferencia y la tasa de ocupación es sustancialmente más elevada que la del centro y la de la Universidad de Cádiz en su conjunto.

Puntos Fuertes y logros:

La titulación tiene una gran demanda y los alumnos. Tanto las tasas de adecuación como la de preferencia son muy altas. Y durante el curso 2016/17 prácticamente se completó el cupo máximo de 35 alumnos.

Autoinforme del curso:	Puntos débiles	Propuestas de mejora
2016/17	No se detectan puntos débiles en este apartado	

VI.2) PLANIFICACIÓN, DESARROLLO Y MEDICIÓN DE LOS RESULTADOS DE LAS ENSEÑANZAS.

PRINCIPALES INDICADOR	Objetivo indicador	TÍTULO																	
		COMPARATIVAS CENTRO/UCA																	
		CENTRO						UNIVERSIDAD											
1	1	13-	14-	15-	16-	1	12-	13-	14-	15-	16-	1	12-	13-	14-	15-	16-		

ORES:	o Previ sto en la Mem oria *	1- 1 2	2- 1 3	14	15	16	17	1- 1 2	13	14	15	16	17	1- 1 2	13	14	15	16	17
ISGC-P04-02: Satisfacción global de los estudiantes con la planificación de la enseñanza	4,3			4	4,1	3,9	4,3		3,9	3,9	4,1	3,9	4,1		4	4	4,00	4,10	4,20
ISGC-P04-03: Satisfacción global de los estudiantes con el desarrollo de la docencia.	4,6			4	4,2	4,1	4,6		4,2	4	4,3	4,1	4,3		4,2	4,2	4,20	4,30	4,30
ISGC-P04-04: Satisfacción global del profesorado con la estructura del plan de estudios.	4			3,70	4,04	3,53	3,57		-	3,87	3,5	3,75	4,1		3,27	3,33	3,38	3,52	4,00
ISGC-P04-05: Tasa de rendimiento	90%			91,8 0%	97,3 0%	94,5 2%	76,5 0%		92%	96,4 0%	93,8 5%	81,7 6%	82,2 0%		83,8 0%	96,3 0%	94,6 7%	84,8 2%	86,0 0%
ISGC-P04-06: Tasa de éxito	100%			99,2 0%	99,4 %	99,2 %	100 %		99,4 0%	100 %	99,5 9%	100 %	100 %		99,4 0%	99,8 0%	99,5 3%	97,9 4%	98,8 0%
ISGC-P04-07: Tasa de evaluación	90%			96,4 0%	91,3 3%	87,8 1%	82,5 0%		92,6 0%	96,8 0%	94,2 4%	81,7 6%	82,4 0%		84,3 0%	96,5 0%	95,1 2%	86,6 0%	87,0 0%
ISGC-P04-09: Tasa de graduación	40%			94,4 0%	76,7 0%	17,6 5%	24,2 4%		56,1 0%	86,2 0%	81,4 8%	28,3 3%	45,6 8%		60,6 0%	84,2 0%	79,1 3%	41,9 9%	51,3 7%
ISGC-P04-10: Tasa de eficiencia	100%			100 %	100 %	98,0 5%	98,8 6%		100 %	99,4 0%	98,9 5%	99,5 6%	98,3 6%		100 %	99,6 0%	99,3 7%	99,2 1%	98,7 2%
ISGC-P04-08: Tasa de abandono	10%			5,60 %	20,0 0%	52,9 4%	12,1 2%		36,1 0%	15,8 7%	17,2 8%	71,6 7%	6,17 %		32,4 0%	9,36 %	10,4 4%	53,8 1%	6,93 %

Análisis y Valoración:

Existe una muy alta satisfacción de los estudiantes con respecto a la planificación y al desarrollo de la docencia.

La tasa de abandono disminuye de forma sustancial con respecto al año anterior. Aunque se ha mejorado el indicador, se mantiene una baja tasa de graduación.

Toda la docencia y el proceso de evaluación se desarrolla con normalidad y para casi todos los alumnos con éxito. La baja tasa de graduación se relaciona con alumnos que tardan o no realizan el trabajo fin de grado y por tanto, no se gradúan.

Analizando el motivo de la tasa de graduación, se preguntó a los alumnos a través de los grupos de whatsapp. Las respuestas obtenidas nos permiten afirmar que muchos alumnos al terminar las clases, encuentran trabajo. Además en muchas ocasiones esa actividad laboral se desarrolla fuera de la provincia.

La tasa de abandono, por su parte, que era otro de los indicadores a mejorar, ha experimentado un enorme descenso.

Puntos Fuertes y logros:

Los alumnos se muestran muy satisfechos con la docencia y con la planificación docente.

Autoinforme del curso:	Puntos débiles	Propuestas de mejora
2016/17	Baja tasa de graduación.	Mejorar la tasa de graduación

VI.3) GESTIÓN Y CONTROL DE LAS PRÁCTICAS EXTERNAS

Análisis y Valoración:

La memoria del título no tiene prevista la realización de prácticas curriculares. Aunque se anima a los alumnos a realizar prácticas extracurriculares gestionadas por la FUECA, Fundación Universidad Empresa de la Universidad de Cádiz.

VI.4) GESTIÓN DE LA MOVILIDAD DE LOS ESTUDIANTES

Análisis y Valoración:

Dadas las características y duración del título, no está prevista la movilidad internacional. El título es una especialidad muy específica en Marketing Digital y Marketing Digital para organizaciones no lucrativas y marketing social, de difícil equiparación con otras titulaciones. Por otro lado, tal como refleja la memoria del título, la planificación de la docencia y su impartición en unos meses concretos dificulta la implantación de un programa concreto de movilidad de los estudiantes. Aunque se han desarrollado contactos con varias universidades para facilitar la realización de estudios en otros países, a los alumnos que lo soliciten.

Puntos Fuertes y logros:

El Máster tiene una gran demanda por parte de alumnos extranjeros.

VI.5) ANÁLISIS DE LA INSERCIÓN LABORAL Y SATISFACCIÓN CON LA FORMACIÓN RECIBIDA.

Análisis y Valoración:

No disponemos de una encuesta oficial de la Universidad de Cádiz sobre este punto. Pero, hemos realizado por Internet una encuesta a nuestros antiguos alumnos. El resultado de 25 alumnos que han respondido la encuesta es de 22 alumnos trabajando y 18 trabajando específicamente en marketing digital. La conclusión es que un 88% está trabajando y la mayoría en la especialidad del título.

Puntos Fuertes y logros:

En una de las zonas con más paro de España y Europa, la mayoría de nuestros alumnos, están trabajando. Casi el 90% de los alumnos de pasados cursos están trabajando y la inmensa mayoría en la especialidad del título. Además por nuestras encuestas sabemos que muchos tiene ya puestos destacados en empresas importantes.

VI.6) EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS.

PRINCIPALES INDICADORES:	Objetivo indicador *	TÍTULO					COMPARATIVAS CENTRO/UCA									
							CENTRO**					UNIVERSIDAD**				
		12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17
ISGC-P08-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título.	3%		2,43	2,89	2,29	2,45		3,29	3,33	2,86	3,45		2,86	3,17	2,64	3,55
ISGC-P08-03: Grado de satisfacción global del PDI con el título.	4,2		4,40	4,17	4,17	4,13		4,25	4,17	4,00	4,25		4,00	3,83	3,71	3,76
ISGC- P08-04 "Grado de Satisfacción Global del PAS con el Título											3,53					3,51

Análisis y Valoración:

Aunque los alumnos muestran una alta valoración de la docencia y de la planificación docente, lo cierto es que el grado de satisfacción global del alumnado con el título ha sido tradicionalmente bajo. Siendo la satisfacción básicamente la diferencia entre las expectativas y las percepciones, hemos preguntado a los alumnos por las causas de la baja satisfacción global con el título. La información proporcionada por múltiples reuniones con los alumnos, nos confirman un problema con las expectativas. Los alumnos se matriculan en el Máster esperando unos estudios

desde el principio centrados en los aspectos específicos y prácticos de la disciplina. La realidad es que el título, tal como se refleja en la memoria tiene un enfoque investigador y un gran componente de la necesaria base teórica. El importante componente investigador y teórico, junto con el nivel de exigencia requerido baja de forma importante el nivel de satisfacción global de título. Otra variable que aparece en las encuestas que causa insatisfacción se encuentra relacionadas con el Trabajo Fin de Máster.

Puntos Fuertes y logros:

El título se encuentra muy bien valorado en los aspectos de docencia y planificación. Pero se mantiene una relativamente baja satisfacción global del alumnado con el título.

Autoinforme del curso:	Puntos débiles	Propuestas de mejora
2016/17	Baja satisfacción global de los alumnos con el título.	Mejorar la satisfacción global de los estudiantes con el título

VI.7) GESTIÓN DE INCIDENCIAS, RECLAMACIONES, SUGERENCIAS Y FELICITACIONES

PRINCIPALES INDICADORES:	Objetivo indicador *	TÍTULO						COMPARATIVAS CENTRO/UCA											
								CENTRO						UNIVERSIDAD					
		1-1	1-2	1-3	1-4	1-5	1-6	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17
ISGC-P11-01: Nº de quejas o reclamaciones recibidas respecto al número de usuarios.	0%			0,0 0%	0,0 0%	1,6 9%	0,0 0%	0,2 0%	0,4 0%	0,7 8%	1,2 9%	0,7 8%	0,0 0%	1,3 0%	1,1 0%	0,2 0%		1,7 4%	0,4 4%
ISGC-P11-02: Nº de incidencias docentes recibidas respecto al número de usuarios.	0%			0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	1,1 0%	0,6 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,2 3%	2,3 0%	1,9 0%	0,1 0%		1,3 4%	0,3 2%
ISGC-P11-03: Nº de sugerencias recibidas respecto al número de usuarios.	0%			0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	1,6 4%	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,2 0%	0,1 0%	0,2 0%		0,0 9%	0,1 2%
ISGC-P11-04: Nº de felicitaciones recibidas	0%			0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,0 0%	0,7 8%	0,0 0%	0,2 0%	0,1 0%	0,2 0%		0,2 1%	0,1 6%

respecto al número de usuarios.																				
ISGC-P11-05: Promedio de satisfacción del usuario con las respuestas/soluciones recibidas a través de BAU.	3																	3,5 3	4,1	
ISGC-P11-06: Tiempo medio de respuesta a las quejas, incidencias docentes, sugerencias y felicitaciones recibidas.	3																		10,3	1,7
			-	-	-	3,5	4,2	-	4,4	-	-	3,5								
			-	-	2,8	9,7							1,7	3,14	3,6					
										5,2	2,8	9,7								

Análisis y Valoración:

Durante el curso 2016/17 la docencia se desarrolló con absoluta normalidad. No se produce ninguna reclamación, queja o incidencia docente, lo cual muestra el adecuado desarrollo del curso.

Puntos Fuertes y logros:

Los alumnos del máster conocen el sistema de quejas y reclamaciones. La no existencia de ninguna queja demuestra el desarrollo satisfactorio y la excelencia del título.

Autoinforme del curso:	Puntos débiles	Propuestas de mejora
2016/17	No se detectan puntos débiles en este apartado	

Recomendaciones de los Informes de Seguimiento de la DEVA sobre el Criterio VI) INDICADORES Y RESULTADOS.

Fecha del informe	Recomendaciones recibidas: Indique el informe de procedencia (seguimiento).	Acciones llevadas a cabo para dar respuesta a estas recomendaciones y evidencia contrastable (Deben ser acciones que den por cerrada la recomendación):	Impacto observado en el título de las acciones.
21-9-2016	RECOMENDACIÓN 1: No debe descuidarse el seguimiento del moderado nivel de satisfacción de los estudiantes. Deben identificarse las causas y desarrollar acciones de mejora para corregir la situación.	Acción: Realización de encuesta específica sobre estos aspectos a los alumnos. Evidencia contrastable: análisis de la encuesta. Colabora. Análisis encuesta	La percepción de los alumnos sobre la satisfacción con el título, ha mejorado pero se mantiene algo baja, por lo que se proponen nuevas acciones de mejora

MODIFICACIÓN Y RENOVACIÓN DE ACREDITACIÓN.

c) Recomendaciones de los Informes de renovación de acreditación de la DEVA.

Recomendaciones de los Informes de renovación de acreditación de la DEVA:		
Recomendaciones recibidas: <i>Indique el informe de procedencia (renovación de acreditación).</i>	Acciones llevadas a cabo para dar respuesta a estas recomendaciones y evidencia contrastable (Deben ser acciones que den por cerrada la recomendación):	Impacto observado en el título de las acciones.
Recomendación 1: Se recomienda evitar duplicidades entre la información sobre la titulación facilitada desde la web de la Universidad de Cádiz y la web de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	<p>Acción 1: Migración de los contenidos de la actual web del título a los nuevos espacios creados en las nuevas webs institucionales</p> <p>Acción 2: Inserción del nuevo y único enlace de acceso en las distintas rutas o páginas webs donde los grupos de interés accederán para obtener información del título, concretamente en la página web de posgrado y en la página web del centro.</p> <p>Evidencia: http://bit.ly/2FAqbXw</p>	El grado de satisfacción de estudiantes con la utilidad información pública del título aumentó de 2,79 a 3,09. La satisfacción del profesorado con la disponibilidad de información sobre la titulación ha pasado de 4 en el curso 15-16 a 4,33 en el 16-17.
Recomendación 2: Se recomienda mejorar la satisfacción de los alumnos con la utilidad y actualización de la información pública disponible	<p>Acción 1: La acción ya está contemplada en el autoinforme del curso 2015-16: "Durante el curso 2016-17 se realizará un pequeño manual o enlace web dirigido a los alumnos en el que se incluyan todos los enlaces importantes para el curso, al objeto de conseguir la mejora de este indicador". Dicha acción se ha llevado a cabo.</p> <p>Evidencias: Información pública: web del Centro (Información para alumnos de nuevo ingreso): http://bit.ly/2dIQ3HS</p>	El grado de satisfacción de estudiantes con la utilidad información pública del título Aumentó de 2,79 a 3,09
Recomendación 3: Se recomienda mejorar los indicadores generados y difundidos desde el SGC procedentes de datos de encuesta con información sobre el tamaño y representatividad de la muestra.	<p>Acción 1: Incluir, en todas las tablas de los datos de indicadores relacionados con encuestas de diferentes grupos de interés, información sobre el tamaño de la muestra (número de personas que contestan la encuesta) y de la tasa de repuesta (porcentaje de personas que contestan la encuesta).</p> <p>Evidencias Informes de resultados de satisfacción de los grupos de interés con los títulos: http://bit.ly/2dwh1Pk Formato del Autoinforme de seguimiento del título RSGC-P14-01) y Autoinforme de renovación de acreditación</p>	Unidad de calidad
Recomendación 4: Se recomienda incluir indicadores sobre la satisfacción de los estudiantes con los servicios de orientación académica y profesional, sondear la opinión de egresados y PAS en relación a los aspectos de la titulación en los que están implicados (no se aporta información sobre su satisfacción), y recoger la opinión de empleadores en relación a la adquisición de competencias por parte de los	<p>Acción 1: Incluir en las encuestas a los alumnos cuestiones relacionadas con su grado de satisfacción con los servicios de orientación académica y profesional</p> <p>Acción 2. Analizar el PAS que podría estar relacionado con el título para recabar información de ellos mediante encuesta institucional.</p> <p>Evidencias</p>	Unidad de calidad

egresados	<p>- Informes RSGC-P08-01. http://bit.ly/2o0m0v9</p> <p>- Informe sobre las respuestas al cuestionario de sus impresiones sobre las prácticas curriculares, por convocatoria, centro y titulación. http://bit.ly/2mKhBMc</p>	
<p>Recomendación 5: Se recomienda mejorar el indicador de la satisfacción de los estudiantes con la coordinación entre los profesores del título. Esto requiere analizar las causas concretas de la baja satisfacción y la puesta en la puesta en marcha de las acciones de mejora pertinentes.</p>	<p>Acción 1: Recabar información de los estudiantes para determinar cuáles son las causas concretas de dicho nivel de satisfacción</p> <p>Acción 2: Corregir aquellos aspectos que consideren los estudiantes que pueden mejorar la coordinación entre profesores. Para ello se ha llevado a cabo una reunión de coordinación del profesorado para abundar en este aspecto y se ha elaborado un documento de coordinación para evitar solapamientos y mejorar la calidad de la docencia.</p> <p>Evidencias: Estudio sobre nivel de satisfacción: http://bit.ly/2qr7hO3 Reunión coordinación: http://bit.ly/2qr7hO3 Documento de coordinación para los profesores: http://bit.ly/2qr7hO3</p>	<p>La satisfacción del alumnado con la coordinación entre los profesores del título se mantiene baja por lo que se proponen nuevas acciones de mejora</p>
<p>Recomendación 6: Se recomienda mejorar el indicador de la satisfacción de los estudiantes con los recursos materiales e infraestructuras. Esto requiere analizar las causas concretas de la baja satisfacción y la puesta en la puesta en marcha de las acciones de mejora pertinentes.</p>	<p>Acción 1: Incorporación en el aula de nuevas tecnologías (Ipad)</p> <p>Acción 2: Creación de un aula Mac para la docencia.</p> <p>Acción 3: Inauguración de edificio del Instituto de Investigación, con espacios disponible para la investigación en el área del título</p> <p>Acción 4: Primeros pasos para la construcción de un nuevo aulario que ampliará y mejorará la oferta de espacios para la docencia</p> <p>Acción 5: Consultar a los alumnos nuevos que infraestructuras y recursos materiales necesitan para mejorar su nivel de satisfacción</p> <p>Acción 6: Dado que los alumnos han manifestado la necesidad de mejorar la velocidad de acceso a Internet desde el aula y la mejora de los recursos informáticos, se trabaja en adquirir una red LAN de acceso a Internet. No obstante consideramos que dadas las mejoras antes señaladas, el nivel de satisfacción para la próxima encuesta mejorará.</p> <p>Evidencias: Colabora. Factura Red Internet http://bit.ly/2puKgGK</p>	<p>La satisfacción de los estudiantes con los recursos materiales e infraestructuras del título se ha incrementado, pasando de 2,86 en el curso15-16 a 3,29 en el siguiente</p>
<p>Recomendación 7: Se recomienda mejorar el grado de satisfacción global de los estudiantes, que evidencia que existen aspectos que deben ser mejorados. Aunque se han puesto en marcha acciones de mejora para corregir esta situación, no se ha conseguido mejorar el indicador</p>	<p>Acción 1: Reunir a la comisión del título para realizar un esfuerzo común de mejora de los indicadores que están en posiciones no deseadas, especialmente en la satisfacción general con el título</p> <p>Acción 2: Comprobar asignaturas que no despliegan los medios disponibles en el campus virtual y advertir al profesor coordinador de la necesidad de su utilización</p> <p>Acción 3: Contactar con los estudiantes para profundizar más en esta cuestión y poder delimitar mejor qué aspectos deben ser</p>	<p>El grado de satisfacción global del alumnado con el título aumentó de 2,29 a 2,45</p>

	<p>mejorados</p> <p>Acción 4: Se ha detectado que los aspectos que necesitan mejorar, son los señalados en los criterios anteriores, para los cuales ya se han diseñado las correspondientes acciones de mejora</p> <p>Evidencias Reunión de coordinación- Análisis de utilización del Campus Virtual Análisis de encuesta a alumnos http://bit.ly/2pWUrXc</p>	
<p>Recomendación 8: Se recomienda corregir las tasas de graduación y abandono hasta alcanzar los niveles previstos inicialmente, y la tendencia de años previos.</p>	<p>Acción 1: Contactar con los estudiantes para determinar con más detalle las causas que determinan los valores obtenidos en las tasas de graduación y poder delimitar mejor qué aspectos deben ser mejorados. A partir de los resultados obtenidos se proponen las siguientes acciones.</p> <p>Acción 2: Informar en los primeros días de clases sobre los posibles temas para realizar el Trabajo Fin de Grado y explicar y proporcionar la guía sobre buenas prácticas para el trabajo y la guía práctica para su realización.</p> <p>Acción 3: Adelantar las fechas en las que los alumnos definen tutor y tema. Para mejorar el ratio de finalización de Trabajos Fin de Grado, se establecen unas fechas más tempranas, para la selección del tema y del tutor.</p> <p>Acción 4: Informar a los profesores tutores y a los alumnos de la posibilidad para los casos de residir en otra ciudad, por ejemplo por trabajo, de la posibilidad de la tutoría por Internet y la defensa mediante video-conferencia.</p> <p>Acción 5: Elaborar una guía práctica sobre la elaboración que complete la información sobre el Trabajo Fin de Máster y la guía de buenas prácticas disponible en la Web del Máster.</p> <p>Evidencias http://bit.ly/2pWUrXc</p> <p>Y página web del título http://bit.ly/2FAqbXw</p>	<p>La tasa de graduación subió del 17,6% al 24,2 % y la tasa de abandono bajó del 52,9% al 12,12%</p>

IX) PLAN DE MEJORA

<i>Propuesta de mejora</i>	<i>Prioridad</i>	<i>Acciones a desarrollar</i>	<i>Responsable/s del Centro (Indicar cargo de la/s persona/s)</i>	<i>Mes/año inicio*</i>	<i>Mes/año fin *</i>
Mejorar la satisfacción de los estudiantes con el procedimiento llevado a cabo para la elección y realización de los TFG/TFM.	3	Acción: Planificar y realizar un taller práctico sobre la realización del trabajo fin de máster al comienzo de curso Recursos necesarios: propios del título	Coordinador	Noviembre 2018	Noviembre 2018
Mejorar la satisfacción con los programas y actividades de orientación profesional	2	Acción: Completar la información sobre programas y actividades de orientación profesional. Mejorar la información a los alumnos. Recursos necesarios: propios del título	Coordinador	Mayo 2018	Junio 2018
Elevar la satisfacción del alumnado con la coordinación entre los profesores del título	3	Acción: Recopilar y poner a disposición de los profesores los esquemas de los contenidos de las diferentes sesiones de clase establecer un sistema de registro de los contenidos impartidos en las diferentes sesiones de clase Recursos necesarios: propios del título	Coordinador	Octubre 2018	Octubre 2018
Mejorar la tasa de graduación	2	Acción Planificar y realizar unos talleres específicos a principio de curso sobre el trabajo fin de master para reducir el número de estudiantes que no lo llevan a cabo Recursos necesarios: propios del título	Coordinador	Octubre 2018	Octubre 2018
Mejorar la satisfacción global de los estudiantes con el título	2	Acción: Mejorar la información a los alumnos antes de la matriculación de los aspectos teóricos y de ciencia fundamental así como las exigencias del título Recursos necesarios: propios del título	Coordinador	Septiembre 2018	Septiembre 2018
Evitar duplicidades entre la información sobre la titulación facilitada desde la web de la Universidad de Cádiz y la web de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación	1	Acción 1: Migración de los contenidos de la actual web del título a los nuevos espacios creados en las nuevas webs institucionales Acción 2: Inserción del nuevo y único enlace de acceso en las distintas rutas o páginas webs donde los grupos de interés accederán para obtener información del título,	Vicerrectorado de Recursos Docentes y de la Comunicación	Abril 2017	Julio 2017

		concretamente en la página web de posgrado y en la página web del centro.			
Mejorar la satisfacción de los alumnos con la utilidad y actualización de la información pública disponible.	3	Acción 1: La acción ya está contemplada en el autoinforme del curso 2015-16 : “Durante el curso 2016-17 se realizará un pequeño manual o enlace web dirigido a los alumnos en el que se incluyan todos los enlaces importantes para el curso, al objeto de conseguir la mejora de este indicador”. Dicha acción se ha llevado a cabo.	Coordinador del título	01/10/16	01/05/17
Mejorar los indicadores generados y difundidos desde el SGC procedentes de datos de encuesta con información sobre el tamaño y representatividad de la muestra	3	Acción 1: Incluir, en todas las tablas de los datos de indicadores relacionados con encuestas de diferentes grupos de interés, información sobre el tamaño de la muestra (número de personas que contestan la encuesta) y de la tasa de repuesta (porcentaje de personas que contestan la encuesta).	Unidad de Calidad y Evaluación	Enero 2017	Enero 2018
Incluir indicadores sobre la satisfacción de los estudiantes con los servicios de orientación académica y profesional, sondear la opinión de egresados y PAS en relación a los aspectos de la titulación en los que están implicados (no se aporta información sobre su satisfacción), y recoger la opinión de empleadores en relación a la adquisición de competencias por parte de los egresados	3	Acción 1: Incluir en las encuestas a los alumnos cuestiones relacionadas con su grado de satisfacción con los servicios de orientación académica y profesional Acción 2. Analizar el PAS que podría estar relacionado con el título para recabar información de ellos mediante encuesta institucional.	Unidad de Calidad y Evaluación	Mayo 2017	Julio 2017
Mejorar el indicador de la satisfacción de los estudiantes con la coordinación entre los profesores del título. Esto requiere analizar las causas concretas de la baja satisfacción y la puesta en la puesta en marcha de las acciones de mejora pertinentes.	3	Acción 1: Recabar información de los estudiantes para determinar cuáles son las causas concretas de dicho nivel de satisfacción Acción 2: Corregir aquellos aspectos que consideren los estudiantes que pueden mejorar la coordinación entre profesores. Para ello se ha llevado a cabo una reunión de coordinación del profesorado para abundar en este aspecto y se ha elaborado un documento de coordinación para evitar solapamientos y mejorar la calidad de la docencia	Coordinador del título	01/10/16	01/04/17
Mejorar el indicador de la satisfacción de los estudiantes con los recursos materiales e infraestructuras. Esto requiere analizar las causas concretas de la baja satisfacción y la puesta en la puesta en marcha de las acciones de mejora pertinentes.	3	Acción 1: Incorporación en el aula de nuevas tecnologías (Ipad) Acción 2: Creación de un aula Mac para la docencia. Acción 3: Inauguración de edificio del Instituto de Investigación, con espacios disponible para la investigación en el área del título	Coordinador del título	Acciones 1 a 5 cerradas Acción 6: Junio 2017	Acción 6: Junio 2017

		<p>Acción 4: Primeros pasos para la construcción de un nuevo aulario que ampliará y mejorará la oferta de espacios para la docencia</p> <p>Acción 5: Consultar a los alumnos nuevos que infraestructuras y recursos materiales necesitan para mejorar su nivel de satisfacción</p> <p>Acción 6: Dado que los alumnos han manifestado la necesidad de mejorar la velocidad de acceso a Internet desde el aula y la mejora de los recursos informáticos, se va a pedir presupuesto para adquirir una red LAN de acceso a Internet. No obstante consideramos que dadas las mejoras antes señaladas, el nivel de satisfacción para la próxima encuesta mejorará.</p>			
Mejorar el grado de satisfacción global de los estudiantes, que evidencia que existen aspectos que deben ser mejorados. Aunque se han puesto en marcha acciones de mejora para corregir esta situación, no se ha conseguido mejorar el indicador	3	<p>Acción 1: Reunir a la comisión del título para realizar un esfuerzo común de mejora de los indicadores que están en posiciones no deseadas, especialmente en la satisfacción general con el título</p> <p>Acción 2: Comprobar asignaturas que no despliegan los medios disponibles en el campus virtual y advertir al profesor coordinador de la necesidad de su utilización</p> <p>Acción 3: Contactar con los estudiantes para profundizar más en esta cuestión y poder delimitar mejor qué aspectos deben ser mejorados</p> <p>Acción 4: Se ha detectado que los aspectos que necesitan mejorar, son los señalados en los criterios anteriores, para los cuales ya se han diseñado las correspondientes acciones de mejora</p>	Coordinador del título	<p>Acción 1: Cerrada</p> <p>Acción 2: Marzo 2017</p> <p>Acción 3: Abril</p> <p>Acción 4: Abril</p>	<p>Acción 1: Cerrada</p> <p>Acción 2: Septiembre</p> <p>Acción 3: Abril</p> <p>Acción 4: Septiembre</p>
Corregir las tasas de graduación y abandono hasta alcanzar los niveles previstos inicialmente, y la tendencia de años previos	3	<p>Acción 1: Contactar con los estudiantes para determinar con más detalle las causas que determinan los valores obtenidos en las tasas de graduación y poder delimitar mejor qué aspectos deben ser mejorados. A partir de los resultados obtenidos se proponen las siguientes acciones.</p> <p>Acción 2: Informar en los primeros días de clases sobre</p>	Coordinador del título	<p>Acción 1: Enero 2017. Cerrada</p> <p>Acción 2: Noviembre 2017</p>	<p>Acción 1: Enero 2017. Cerrada</p> <p>Acción 2: Noviembre 2017</p>

		<p>los posibles temas para realizar el Trabajo Fin de Grado y explicar y proporcionar la guía sobre buenas prácticas para el trabajo y la guía práctica para su realización.</p> <p>Acción 3: Adelantar las fechas en las que los alumnos definen tutor y tema. Para mejorar el ratio de finalización de Trabajos Fin de Grado, se establecen unas fechas más tempranas, para la selección del tema y del tutor.</p> <p>Acción 4: Informar a los profesores tutores y a los alumnos de la posibilidad para los casos de residir en otra ciudad, por ejemplo por trabajo, de la posibilidad de la tutoría por Internet y la defensa mediante videoconferencia.</p> <p>Acción 5: Elaborar una guía práctica sobre la elaboración que complete la información sobre el Trabajo Fin de Máster y la guía de buena prácticas disponible en la Web del Máster</p>		<p>Acción 3: Diciembre 2017</p> <p>Acción 4: Noviembre 2017</p> <p>Acción 5: Septiembre 2017</p>	<p>Acción 3: Diciembre 2017</p> <p>Acción 4: Noviembre 2017</p> <p>Acción 5: Septiembre 2017</p>
--	--	---	--	--	--

X) SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LOS PLANES DE MEJORA PREVIOS.

Autoinforme seguimiento - Curso 13/14	Propuesta de mejora	Acciones desarrolladas	Mes/año de fin	Grado de cumplimiento o de la acción (0-100%)	Impacto observado en el título. Causa efecto de la propuesta de mejora
1	Crear un sistema de información al profesorado externo para que conozca la materia que ya se ha impartido evitando repeticiones	Acción: Diseño de ficha para detallar las materias que se van impartiendo. Se incluye en la Guía docente de las asignaturas Evidencia (URL, archivo...): http://bit.ly/2dWFEFGZ	Es atemporal y activa todo el curso	100%	Todo el profesorado puede ver la información de las materias impartidas cada día de docencia del máster
2	Comprar un espacio web para las prácticas de los alumnos	Acción: Contratación de un dominio para el master Evidencia (URL, archivo...): Ver correo electrónico de OVH del 15/12/15 confirmando compra del dominio	12/15	100%	Los alumnos pueden trabajar sobre el dominio comprado y alojado en la propia UCA.
3	Mejorar el diseño de la web del centro e incorporar todos los elementos necesario exigidos por el SGC	Acción: Rediseño completo de la web que contiene la información del máster y adaptada a los criterios establecidos por la DEVA. Evidencia (URL, archivo...): http://ccsociales.uca.es/master/marketing	12/15	100%	La web contempla todos los aspectos exigidos por el SGC y la DEVA.
4	Crear un sistema de "alarmas" con información relevante sobre las tecnologías digitales de aplicación en Marketing y Comunicación para mantener al día al profesorado.	Acción: Se creó una carpeta en la nube compartida con todos los profesores interesados en las materias de Marketing Digital. Esta carpeta contiene información relevante y actualizada del ámbito de marketing digital Evidencia (URL, archivo...): Dropbox: Carpeta compartida "01.-Compartida-UCA-MkDig	09/14	100%	Los profesores tienen acceso a material de última generación sobre Marketing Digital
5	Incrementar la participación del profesorado y alumnado en las encuestas de satisfacción	Acción: Correo electrónico a las bases de datos de alumnos y profesores del máster para que participen en las encuestas de satisfacción Evidencia (URL, archivo...): Correo electrónico enviado en junio de 2015	07/15	100%	No se ha conseguido el efecto esperado, las múltiples obligaciones del profesorado en esas fechas y el exceso de procesos de encuestación al que se ven sometidos los alumnos durante todo el curso generan un rechazo a este sistema.

Autoinforme seguimiento - Curso 13/14	Propuesta de mejora	Acciones desarrolladas	Mes/año de fin	Grado de cumplimiento de la acción (0-100%)	Impacto observado en el título. Causa efecto de la propuesta de mejora
6	Mejorar la tecnología en el aula	Acción: Compra de un cañón con tecnología inalámbrica que facilita el acceso a las presentaciones de los alumnos. Compra de 5 ordenadores MacBook Pro. Compra de 2 Tablets (Ipad2) Evidencia (URL, archivo...): Material disponible para los alumnos en el aula	12/15	100%	Los alumnos pueden realizar sus presentaciones directamente desde sus ordenadores. Los alumnos que trabajan en sistemas operativos como OSX tienen acceso a ordenadores con este sistema. Los alumnos pueden experimentar sus acciones de Marketing Digital desde una Tablet con sistema operativo IOS.
7	Potenciar la preinscripción de alumnos extranjeros	Acción: Se facilitó información sobre preinscripciones y matrículas a los alumnos extranjeros. Evidencia (URL, archivo...): Archivo: http://ccsociales.uca.es/master/marketing Información para alumnos nuevo ingreso	08/14	100%	Crecimiento en el número de alumnos extranjeros matriculados
8	Incorporar las prácticas curriculares en el curso 2015-16	Acción: Solicitud a la Directora General de Calidad de incorporación de las prácticas curriculares en el máster. Evidencia (URL, archivo...): Correo electrónico del 14 /07/2015	07/15	100%	La DGC responden en el siguiente sentido: Después de valorar la incorporación de Prácticas en Empresas como asignatura optativa en el máster en Dirección de Marketing Digital y Social hemos concluido que, dada la estructura que presenta el Master, con módulos obligatorios, no parece fácil definir un nuevo módulo de optatividad para implementar esa asignatura sin que requiera una nueva verificación del Master.
9	Identificar las empresas con demanda de competencias para el máster	Acción: Se crea una base de datos de empresa con interés para el máster Evidencia (URL, archivo...): http://colabora.uca.es 8.-Prácticas externas/8.3.Prácticas extracurriculares/MkDig-practicas empresas.xlsx	09/14	100%	Varias de las empresas contactadas ya han contratado en prácticas extracurriculares a los alumnos. Algunas de las empresas contactadas han contratado a alumnos egresados.
10	Mejorar el sistema Erasmus	Acción: Reunión con Pilar González, coordinadora Erasmus para	10/14	100%	No parece posible la aplicación de Erasmus en el

Autoinforme seguimiento - Curso 13/14	Propuesta de mejora	Acciones desarrolladas	Mes/año de fin	Grado de cumplimiento o de la acción (0-100%)	Impacto observado en el título. Causa efecto de la propuesta de mejora
	en el máster	buscar posibles vías. Evidencia (URL, archivo...): Universidad de Belarus Correos de 8/6/16 y 30/6/16 (inark@tut.by)			máster, no obstante se ha contactado con dos universidades que podrían tener interés en algún acuerdo.
11	Transmitir a los alumnos a principio de curso la necesidad de utilizar el sistema de evaluación cuando se considere necesario.	Acción: Comentado en las presentaciones del máster Evidencia (URL, archivo...): http://ccsociales.uca.es/master/marketing 25.- Información sobre el procedimiento para realizar sugerencias y reclamaciones.	11/14	100%	Dado que no se han producido incidentes es difícil valorar la eficacia de esta acción.
12	Mejorar el seguimiento de las acciones de mejora	Acción: Elaboración de una Ficha de seguimiento del Título. Evidencia (URL, archivo...): Ficha autoinforme	11/14	100%	La ficha de seguimiento ayuda en la generación del autoinforme.