



**RSGC-P14-01: Autoinforme para el seguimiento del Título. V5**

**MÁSTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING  
DIGITAL Y SOCIAL**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA  
COMUNICACIÓN**

**CURSO 2018-2019**

<b>Elaborado:</b>	<b>Aprobado:</b>
Comisión de Garantía de Calidad del Centro	Junta de centro
<b>Fecha:</b>	<b>Fecha:</b>

**DATOS DE IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO**

<b>Id del ministerio:</b>	4314323
<b>Denominación de la Titulación:</b>	Máster en Dirección de Marketing Digital y Social
<b>Centros/Sedes en las que se imparte:</b>	Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
<b>Curso académico de implantación:</b>	2014/15
<b>Tipo de Enseñanza:</b>	Presencial
<b>Convocatoria de seguimiento DEVA:</b>	2020

En caso de título conjunto u ofertado en más de un centro (incluir esta información para el resto de universidades en caso de ofertar el título conjunto en más de una universidad o centro):

<b>Universidad participante:</b>	
<b>Centro:</b>	
<b>Curso académico de implantación</b>	
<b>Web del título en el centro:</b>	

**I). INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE (IPD): WEB**

<b>Web del título:</b>	<a href="https://ccsociales.uca.es/master/master-universitario-en-direccion-de-marketing-digital-y-social/">https://ccsociales.uca.es/master/master-universitario-en-direccion-de-marketing-digital-y-social/</a>
------------------------	---

**1. Información pública de la Universidad de Cádiz.**

La Universidad de Cádiz publica y actualiza sistemáticamente en la web institucional (<http://www.uca.es>) los contenidos adecuados para todos los grupos de interés a los que se dirige dividiéndolos en siete grandes ámbitos: **Conócenos, Acceso, Estudios, Investigación, Transferencia, Internacional y Más UCA.**

Por otro lado, la información se desagrega, asimismo, a tres niveles: **Personal, Empresas y Estudiantes.** Bajo el perfil Estudiantes, se accede directamente a los recursos necesarios para llevar a cabo sus actividades en la institución: información institucional, estudios, expediente, alojamiento, transporte, programas y becas de movilidad, atención a la discapacidad, etc.

El acceso mediante ámbitos se complementa con otros de tipo temático, que varían en función de la oportunidad y momento, como el acceso directo a los procesos de admisión y de matrícula, convocatorias de becas y ayudas al estudio, la oferta general de estudios y otros.

**2. Información pública de la Facultad de Ciencias de Sociales y de la Comunicación.**

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 alumnos.

**3. Información pública del Máster en Marketing Digital y Social**

La información pública disponible se ha incrementado de forma sustancial, completando los diferentes apartados señalados por la auditoría sobre información pública. Se ha completado, por tanto, de forma exhaustiva la información disponible tanto para nuevos alumnos, como para los alumnos matriculados, profesores y personal de la Universidad.

Se ha añadido una información más detallada y organizada para alumnos de nuevo ingreso. [Información alumnos nuevo ingreso](#) Igualmente se ha incrementado y estructurado la información proporcionada sobre el procedimiento y el desarrollo de los Trabajos Fin de Máster. También se ha colocado de forma muy destacada y accesible la información sobre las diferentes asignaturas del Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social [Asignaturas](#). Se ha incrementado de forma sustancial la cantidad y calidad de la información proporcionada por la página web del título. Se ha simplificado y mejorado el acceso a la información fusionando información dispersa en un único sitio. Y la satisfacción del profesorado y del PAS con la utilidad y la actualización de la información publicada se ha mantenido alta.

Para mejorar la difusión pública del sitio, se ha implantado una página web con información específica para alumnos de nuevo ingreso. Esta página no supone una dispersión del sistema de información, puesto que dirige muy claramente a los candidatos a la página del Máster Universitario de Marketing Digital y Social. En la página del Máster se encuentra toda la información clasificada y fácilmente accesible.

Adicionalmente, esta página sirve para que los profesores expliquen marketing digital, sobre una página web con tráfico real y los alumnos realicen los experimentos y prácticas reales. [masterdemarketingdigital.com](http://masterdemarketingdigital.com)

## **II) APLICACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE LA CALIDAD**

### **Análisis y Valoración:**

El SGC permite asegurar una docencia de calidad en la Universidad. La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, hace un seguimiento de sus títulos conforme a este sistema que garantiza la calidad de nuestros títulos. Para ello recoge toda la información e indicadores de interés en el gestor documental <https://gestdocsgic.uca.es> así como los documentos relacionados con los distintos procedimientos que se llevan a cabo durante el curso (evaluación de perfil de ingreso, resultados docentes, movilidad, planificación docente, 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. Así mismo, se dispone de un espacio, "Colabora" <http://bit.ly/2GYFqd5> donde se almacena toda la información del título y en especial la relacionada con los procesos de seguimiento y acreditación del mismo. Otro instrumento es la plataforma de gestión de títulos (<http://gestiontitulos.uca.es/inicio/>) que recoge toda la información pública atendiendo a los requisitos de la AAC. Además, dicha plataforma aglutina las acciones de mejora del Máster de forma que permite tenerlas de una manera organizada, priorizada y planificada. Por otro lado, la plataforma "Sistema de información de la UCA" <https://bit.ly/2dwh1Pk>, es una valiosa fuente de información que recoge entre otros, todos los indicadores del SGC, datos académicos, de rendimientos, de prácticas en empresas, etc., con los que poder hacer un correcto seguimiento del título. 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. 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 <https://gestdocsgic.uca.es/login> destacando por su importancia los Autoinformes anuales de seguimiento y de renovación de la acreditación, planes de mejora, 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/2FytaAS>. El diseño y seguimiento de las distintas acciones de mejoras revisadas por la CGC y detectadas a partir de los puntos débiles, así como la atención a las recomendaciones de los distintos informes de seguimiento, de verificación y de renovación de la acreditación 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/2tgzDxv> y en la documentación disponible en gestor documental del Sistema de Garantía de Calidad <https://gestdocsgic.uca.es/>. Se ha creado la encuesta para el PAS y se ha distribuido la encuesta al PAS implicado en la titulación. Se ha mejorado la información sobre los servicios de orientación académica y profesional y permite realizar su seguimiento.

En relación con los empleadores, hay que tener en cuenta que, tanto en este título como en el resto de los títulos de la UCA, estos estudios se realizan a nivel centralizado, es decir, por los Servicios Centrales de la Universidad y son estudios que alcanzan a la totalidad de las titulaciones de la UCA, tal como establecen los Estatutos de la Universidad. En el caso de los empleadores se está estudiando la forma de hacer esta recogida de información debido a varios factores que dificultan el estudio: gran tasa de movilidad geográfica de los egresados (nacional e internacional), inserción laboral en la provincia de Cádiz de egresados de otras universidades, acceso a determinados puestos de trabajo vía oposiciones, tasa de infraempleo. Por otro lado, estaría la dificultad de asignar las titulaciones a según qué empresas o instituciones, ya que tanto empresas como instituciones contratan a egresados de más de una titulación. Y, por último, hay que tener en cuenta que obtener los datos por titulación significa que las organizaciones tendrían que contestar tantas encuestas como titulaciones de egresados contratados tuvieran; todo ello para poder recoger información veraz y significativa.

### **Puntos Fuertes y logros:**

Sistema de Garantía de Calidad en continua mejora con unos instrumentos y plataformas (gestor documental, sistema de

información de la UCA, plataforma de gestión de títulos, COLABORA) que facilitan su seguimiento

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.
Informe de Seguimiento del Plan de Mejora 8-11-2019	<p><b>Recomendación seguimiento 6:</b> 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 egresados</p> <p><b>Justificación:</b> Se ha creado la encuesta para el PAS y se ha distribuido la encuesta al PAS implicado en la titulación. Se ha mejorado la información sobre los servicios de orientación académica y profesional y permite realizar su seguimiento, pero no recoge la opinión de empleadores en relación con la adquisición de las competencias por parte de los egresados. Por tanto, esta recomendación se considera resuelta parcialmente.</p>	<p><b>Acción:</b> Se ha creado la encuesta para el PAS y se ha distribuido la encuesta al PAS implicado en la titulación. Se ha mejorado la información sobre los servicios de orientación académica y profesional y permite realizar su seguimiento, pero no recoge la opinión de empleadores en relación con la adquisición de las competencias por parte de los egresados. Por tanto, esta recomendación se considera resuelta parcialmente.</p> <p>La Universidad de Cádiz puso en marcha en el curso 15/16 la aplicación de una encuesta para los egresados de la UCA. Esta encuesta se lanza a los tres años de la promoción que se quiera encuestar. La última encuesta aplicada se lanzó en el curso 18/19 para la promoción 15/16; en esta promoción hay datos de satisfacción de los egresados con el título Master Universitario en Dirección de Marketing.</p> <p>Evidencia: <a href="https://bit.ly/37gbh7E">https://bit.ly/37gbh7E</a> Credenciales de acceso: Usuario           Clave acredita           acredita592</p> <p>Ruta de acceso: Indicadores SGàInformes de inserción laboral y satisfacción de los egresadosàInserción laboral y satisfacción egresados por sexo (nueva encuesta)</p>	Ha mejorado la información sobre el título

**III) PROCESO DE IMPLANTACIÓN**

INDICADOR	Comparativa	Objetivo Indicador	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Satisfacción de los estudiantes con el procedimiento llevado a cabo para la elección y realización de los TFG/TFM.	TÍTULO					3,2	2,31
	CENTRO					2.80	2.98
	UCA					2.87	2.71
Satisfacción del profesorado con el procedimiento llevado a cabo para la elección y realización de los TFG/TFM.	TÍTULO					3,14	3,86
	CENTRO					3.73	3.64
	UCA					3.64	3.73

### Análisis y Valoración:

El curso 2018-2019 se desarrolló con absoluta normalidad y sin incidencias dignas de mención. De hecho, no se presentó ninguna reclamación ni incidencia docente. Si observamos los datos de la Universidad de Cádiz sobre reclamaciones e incidencias docentes, comprobamos que el sistema funciona y es utilizado con frecuencia por los estudiantes.

La docencia se desarrolló sin incidencias y según lo previsto. El Máster en Dirección de Marketing Digital y Social, tiene una alta demanda. En este curso 2018/2019 se matricularon 34 alumnos. La falta de algún estudiante para completar el máximo de las 35 plazas ofertadas, se suele deber a problemas de algunos alumnos con la matrícula o con los visados en el caso de estudiantes extranjeros. La tasa de abandono del curso es mínima y está más relacionada con estudiantes que consiguen trabajo en otras localidades o aquellos que no consiguen compatibilizar el trabajo con los estudios.

El máster cuenta con un equipo de profesores que se ha mantenido prácticamente sin cambios desde hace años, por lo que acumula experiencia y conocimientos. Además de los profesores de la UCA, un grupo numeroso de expertos profesionales del sector del marketing digital, aportan una visión actualizada del trabajo en las empresas y agencias.

Todo el proceso de enseñanza se desarrolló con normalidad y cumpliendo las normas. Las clases, las tutorías, las actividades previstas, los exámenes, el proceso de los Trabajos Fin de Máster, desde el seminario inicial hasta el nombramiento de los tribunales y el desarrollo de las defensas, se realizó de forma adecuada.

Los estudiantes del Máster se muestran satisfechos con la planificación y el desarrollo de la docencia. Como lo muestra que la satisfacción global con la planificación de la enseñanza se encuentra en un 4,2 y la satisfacción global de los alumnos con el desarrollo de la docencia se encuentra en un 4,23.

En este curso aumentó el número de estudiantes que finalizaron los estudios. En el curso 2018/19 un total de 26 alumnos egresaron, 15 mujeres y 11 hombres. La duración media de los estudios pasó de 1,65 en el curso 2017/18 a 1,54 lo que indica que los alumnos están terminando antes los estudios. Esta menor duración media de los estudios se debe fundamentalmente a la superación en un menor

tiempo del Trabajo Fin de Máster. Un mayor número de alumnos terminan los estudios y en menor tiempo.

La satisfacción de los estudiantes con el procedimiento llevado a cabo para la elección y realización de los Trabajos Fin de Máster se encuentra este curso en un 2,31.

**Puntos Fuertes y logros:**

- Alta demanda del título y número de matriculados.
- Ausencia de reclamaciones o incidencias docentes.
- Alta satisfacción con la planificación de la enseñanza y el desarrollo de la docencia
- Incremento del número de egresados

<b>Autoinforme del curso:</b>	<b>Puntos débiles</b>	<b>Propuestas de mejora</b>
2018/19	Baja satisfacción de los estudiantes con el procedimiento llevado a cabo para la elección y realización de los Trabajos Fin de Máster	Acción: activar en el campus virtual una zona para los Trabajos Fin de Máster con información detallada sobre el proceso.

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

<b>Fecha del informe</b>	<b>Recomendaciones recibidas: Indique el informe de procedencia (seguimiento).</b>	<b>Acciones llevadas a cabo para dar respuesta a estas recomendaciones y evidencia contrastable (Deben ser acciones que den por cerrada la recomendación):</b>	<b>Impacto observado en el título de las acciones.</b>
	<i>Recomendación seguimiento 1:</i>	Acción:  Evidencia contrastable:	
	<i>Recomendación seguimiento 2:</i>	Acción:  Evidencia contrastable:	

**IV) PROFESORADO**

<b>INDICADOR</b>	<b>Comparativa</b>	<b>Objetivo Indicador</b>	<b>14-15</b>	<b>15-16</b>	<b>16-17</b>	<b>17-18</b>	<b>18-19</b>
ISGC-P09-02: Participación del profesorado en acciones formativas	TÍTULO		83	76	69	76	60
	CENTRO		58.1	60.5	56.6	59.7	55
	UCA		46.8	48.7	48.5	39.6	43,2
ISGC-P09-03: Participación del profesorado en Proyectos de innovación y mejora docente	TÍTULO		50	52	38	56	68
	CENTRO		34.6	33.3	41.4	44.3	55
	UCA		28.4	32.0	30.9	33.9	39,43
ISGC-P09-04: Asignaturas implicadas en Proyectos de innovación docente	TÍTULO		0	0	0	0	0
	CENTRO		25.6	29.2	14.1	23.6	0
	UCA		18.4	33.5	15.3	22.5	2,89
ISGC-P09-05: Grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia	TÍTULO		4,1	3,9	4,4	4	4,1
	CENTRO		3.9	3.9	3.9	4	4,3
	UCA		4	4.1	4.1	4.1	4,3
ISGC-P09-06: Porcentaje de Profesorado del título evaluado	TÍTULO		25	28	23	32	32

INDICADOR	Comparativa	Objetivo Indicador	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
con Docencia (evaluación positiva)	CENTRO		15.4	17.8	21.1	22.1	25
	UCA		16.7	16.8	17.6	17.0	19,33
P08 Satisfacción del profesorado con la "Coordinación entre los profesores del título".	TÍTULO		3,43	3,50	3,72	3,27	3,75
	CENTRO		2,91	3,18	3,71	3,45	3,78
P08 Satisfacción del alumnado con la "Coordinación entre los profesores del título".	UCA		3,05	3,15	3,50	3,52	3,81
	TÍTULO		2,72	2,29	1,73	1,4	2,2
	CENTRO		2,46	2,73	2,59	2,65	2,64
	UCA		2,52	2,71	2,61	2,5	2,56

Categoría - MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL	Total Profesorado				
	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19
Catedrático de Universidad	2	2	2	2	2
Catedrático de Escuela Universitaria	1	0	1	1	-
Profesor Titular Universidad	6	6	6	7	7
Profesor Titular Escuela Universitaria	4	2	4	3	2
Profesor Contratado Doctor	1	1	2	2	2
Profesor Colaborador	3	3	3	3	3
Profesor Ayudante Doctor	1	1	1	4	3
Profesor Ayudante	0	0	0	0	-
Profesor Asociado	2	2	2	1	1
Profesor Visitante	0	0	0	0	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	4	4	5	2	5
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>	<b>21</b>	<b>26</b>	<b>25</b>	<b>25</b>

Categoría - MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL	Categoría / Totalx100			
	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19
Catedrático de Universidad	9,5%	7,7%	8,0%	8,0%
Catedrático de Escuela Universitaria	0,0%	3,8%	4,0%	-
Profesor Titular Universidad	28,6%	23,1%	28,0%	28,0%
Profesor Titular Escuela Universitaria	9,5%	15,4%	12,0%	8,0%
Profesor Contratado Doctor	4,8%	7,7%	8,0%	8,0%
Profesor Colaborador	14,3%	11,5%	12,0%	12,0%
Profesor Ayudante Doctor	4,8%	3,8%	16,0%	12,0%
Profesor Ayudante	0,0%	0,0%	0,0%	-
Profesor Asociado	9,5%	7,7%	4,0%	4,0%
Profesor Visitante	0,0%	0,0%	0,0%	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	19,0%	19,2%	8,0%	20,0%
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Categoría - MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL	Porcentaje Doctores			
	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19
Catedrático de Universidad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Catedrático de Escuela Universitaria	-	100,0%	100,0%	-
Profesor Titular Universidad	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Profesor Titular Escuela Universitaria	50,0%	50,0%	33,3%	0,0%
Profesor Contratado Doctor	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Profesor Colaborador	33,3%	66,7%	66,7%	66,7%
Profesor Ayudante Doctor	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Profesor Ayudante	-	-	-	-
Profesor Asociado	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Profesor Visitante	-	-	-	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	0,0%	20,0%	50,0%	60,0%
<b>TOTAL</b>	<b>61,90%</b>	<b>69,23%</b>	<b>80,00%</b>	<b>76,00%</b>

Categoría - MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL	Experiencia docente (total Quinquenios)			
	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19
Catedrático de Universidad	11	11	11	11
Catedrático de Escuela Universitaria	-	5	6	-
Profesor Titular Universidad	22	24	31	26
Profesor Titular Escuela Universitaria	8	18	14	10
Profesor Contratado Doctor	0	0	0	3
Profesor Colaborador	0	0	0	5
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
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>	<b>58</b>	<b>62</b>	<b>55</b>



Categoría - MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL	Experiencia investigadora (Total Sexenios)			
	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19
Catedrático de Universidad	1	1	2	2
Catedrático de Escuela Universitaria	-	0	0,0%	-
Profesor Titular Universidad	4	4	6	3
Profesor Titular Escuela Universitaria	0	0	0	0
Profesor Contratado Doctor	0	0	1	1
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
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>6</b>

Categoría - MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL	Nº Créditos de dedicación al título			
	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19
Catedrático de Universidad	2,25	2,25	2,25	2,5
Catedrático de Escuela Universitaria	-	100,0%	100,0%	-
Profesor Titular Universidad	9,75	8	10	10
Profesor Titular Escuela Universitaria	4,5	7	6,5	5,5
Profesor Contratado Doctor	2,25	3,25	3,25	3,25
Profesor Colaborador	1,25	1,25	1,25	1,25
Profesor Ayudante Doctor	1	1	4	2,25
Profesor Ayudante	-	-	-	-
Profesor Asociado	2,5	2,5	0,75	0,75
Profesor Visitante	-	-	-	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	3,5	3,75	1,25	3,75
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>30</b>	<b>30,25</b>	<b>29,25</b>

Categoría - MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING DIGITAL Y SOCIAL	Porcentaje de créditos de dedicación al título			
	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19
Catedrático de Universidad	4,5%	4,6%	4,6%	5,8%
Catedrático de Escuela Universitaria	-	4,2%	4,5%	-
Profesor Titular Universidad	10,6%	9,1%	10,3%	9,4%

Profesor Titular Escuela Universitaria	13,7%	8,1%	10,4%	19,3%
Profesor Contratado Doctor	50,0%	13,4%	16,9%	9,2%
Profesor Colaborador	1,8%	1,8%	1,8%	2,0%
Profesor Ayudante Doctor	8,5%	3,9%	6,3%	7,5%
Profesor Ayudante	-	-	-	-
Profesor Asociado	8,8%	8,7%	3,8%	3,9%
Profesor Visitante	-	-	-	-
Otros: (Sustitutos Interinos y otros)	4,4%	5,8%	4,1%	3,4%
<b>TOTAL</b>	<b>7,30%</b>	<b>6,50%</b>	<b>7,00%</b>	<b>6,68%</b>

### Análisis y Valoración:

El título cuenta con una plantilla estable con muchos años de experiencia y con conocimientos especializados en sus áreas de docencia. La participación en acciones formativas y en proyectos de innovación docente se mantiene alta y muy por encima de la media de la Universidad de Cádiz. Aunque las asignaturas del título no están implicadas en proyectos de innovación docente.

El grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia se mantiene alto, en el 4,1, aunque es mejorable. El porcentaje de profesorado evaluado con Docencia se mantiene en el 32, también muy por encima de la media de la Universidad de Cádiz.

La satisfacción del profesorado con la coordinación del título ha subido de 3,27 a 3,75. Igualmente la satisfacción, de los estudiantes, con la coordinación de los profesores ha subido de 1,4 a 2,2, lo que sigue siendo bajo y requiere de acciones de mejora.

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 alumnos a la realidad del trabajo en el creciente, pero competitivo sector del marketing digital. Pero, por otro lado, hace mucho más difícil la coordinación, al impartirse el Máster con un número tan elevado de expertos.

### Puntos Fuertes y logros:

- Participación de los profesores en acciones formativas y en proyectos de innovación docente.
- Grado de satisfacción global de los estudiantes con la docencia relativamente alto.
- Porcentaje de profesores evaluados con Docencia.
- Aumento de la satisfacción de los profesores con la coordinación del título

Autoinforme del curso:	Puntos débiles	Propuestas de mejora

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.
	<p><b>Recomendación 7:</b> 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><b>Justificación:</b> A pesar de haber realizado varias acciones relativas a mejorar la coordinación entre profesores y analizar las causas de la baja satisfacción del estudiantado con la coordinación, el indicador no ha mejorado.</p>	<p><b>Acción:</b> Establecer un nuevo sistema interactivo para coordinar los contenidos impartidos por los profesores</p> <p><b>Evidencia contrastable:</b></p> <p><a href="https://bit.ly/304KyJC">https://bit.ly/304KyJC</a></p>	<p>El indicador se mantiene bajo por lo que serán necesarias nuevas acciones.</p>

#### V) INFRAESTRUCTURAS, SERVICIOS Y DOTACIÓN DE RECURSOS

INDICADOR	Comparativa	Objetivo Indicador	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
ISGC-P10-02: Satisfacción de los estudiantes con los recursos materiales e infraestructuras del título.	TÍTULO		3,76	2,86	3,29	3,57	3,03
	CENTRO		3.41	3.4	3.26	3.6	3,63
	UCA		3.37	3.35	3.38	3.37	3,52
ISGC-P10-03: Satisfacción del profesorado con los recursos materiales e infraestructuras del título.	TÍTULO		4,52	4,11	4,24	-	4,36
	CENTRO		3.57	3.74	3.91	4.14	4,43
	UCA		3.75	3.73	4	4.06	4,19
ISGC-P10-04: Porcentaje de asignaturas del título con actividad dentro del Campus Virtual.	TÍTULO		100	63,6	36,4	25	50
	CENTRO		92.7	97.7	86.9	78.9	27,9
	UCA		81.0	94.0	77.6	70.3	58,32
Satisfacción del alumnado con los Programas y actividades de apoyo y orientación académica del alumnado.	TÍTULO		3,00	2,50	2,4	2,2	2,44
	CENTRO		2,41	2,53	2,72	2.74	2,84
	UCA		2,61	2,74	2,68	2.60	2,86

INDICADOR	Comparativa	Objetivo Indicador	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
Satisfacción del alumnado con los Programas y actividades de orientación profesional.	TÍTULO				1,7	1,8	1,87
	CENTRO				2.57	2.51	2,59
	UCA				2.62	2.46	2,79

### Análisis y Valoración:

La satisfacción de los estudiantes con las infraestructuras y recursos, este curso ha bajado a 3,03 desde 4,57. Aunque los recursos materiales e infraestructuras no han tenido con respecto al año anterior un gran cambio, en todo caso, algunas mejoras en términos de dotación. El PDI muestra una alta satisfacción con las infraestructuras y recursos al valorar con un 4,36 este apartado.

Se observa un fuerte incremento, de las asignaturas del título, con actividad en el campus virtual al pasar del un 25% al 50%. Actualmente no se gestiona el Trabajo Fin de Máster como asignatura propia en el campus virtual. Un objetivo para el próximo curso, será incluir los Trabajos Fin de Máster en el campus virtual e incrementar la utilización del campus virtual. En cualquier caso, en estas circunstancias de pandemia, los profesores están realizando un gran esfuerzo y han añadido una gran cantidad de contenido al campus virtual, incluyendo videoconferencias en directo y otros muchos recursos.

La satisfacción del alumnado con los programas y actividades de apoyo y orientación académica del alumnado aumentó, pero sigue siendo baja, al igual que para el centro y la UCA en general. Igualmente, la satisfacción de los estudiantes con los programas y actividades de orientación profesional se ha mantenido baja los últimos años.

El Campus dispone de una biblioteca muy bien surtida con más de 75 mil volúmenes así como información y sistemas de búsquedas digitales. Las salas de trabajo, el espacio de aprendizaje y los portátiles en régimen de préstamo pueden ser reservados on line, a través de la web de la biblioteca del Campus (<https://biblioteca.uca.es/biblioteca-campus-de-jerez/>). El campus también cuenta con el recién inaugurado Instituto de Desarrollo Social Sostenible (INDESS). Dicho Instituto de Investigación participará en la transmisión de conocimientos obtenidos a través de sus investigaciones a los distintos másteres que se imparten en las Facultades de Ciencias Sociales y de la Comunicación. El Instituto tiene asignado 2400 m<sup>2</sup> de superficie distribuidos en tres plantas y a él pertenecen más de 150 investigadores. Por otra parte, el Campus dispone de múltiples salas para formación, incluyendo aulas de idiomas y de informática dotadas con las últimas tecnologías. La reserva de recursos docentes se gestiona a través de la plataforma informática SIRE <https://sire.uca.es> Se encuentra algo bajo el indicador de satisfacción del alumnado con los programas y actividades de orientación profesional.

Sello de Excelencia Europea 500+ a la Excelencia en Gestión. La Universidad de Cádiz ha recibido en julio de 2018 el Sello de Excelencia Europea EFQM 500+, esto es, el más alto reconocimiento establecido por la European Foundation for Quality Management (EFQM), mejorando el sello 400+ conseguido por la UCA en 2016 (<https://bit.ly/2K5RsTu>). Se trata, pues, de un reconocimiento internacional del máximo nivel que se concede tras una evaluación completa del sistema de gestión de los procesos de docencia, investigación, transferencia y servicios de nuestra Universidad. En estos momentos, una veintena de universidades españolas disponen de algún tipo de Sello de Excelencia,

aunque solo tres universidades en España mantienen actualmente un nivel 500+ para toda la organización, entre ellas, la UCA. En esta misma línea, el Área de Deportes de la UCA alcanzó el Sello de Excelencia Europea 500+ en la gestión, siendo éste el máximo reconocimiento a la Excelencia en Gestión que se concede en Europa según el Modelo EFQM de Excelencia. Acredita la excelencia, la eficacia en la gestión, la eficiencia operativa y la diferenciación en su entorno competitivo de cualquier tipo de organización. Además, es el único servicio en el ámbito deportivo de las universidades españolas que cuenta con este reconocimiento.

**Puntos Fuertes y logros:**

- Satisfacción de los profesores con las infraestructuras y recursos.
- Incremento en el uso del campus virtual
- Instalaciones modernas
- Biblioteca con muchos medios
- 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 alumnos que lo necesitan. Así como otros medios informáticos. Proyector, ordenadores, programas informáticos y medios renovados

<i>Autoinforme del curso:</i>	<i>Puntos débiles</i>	<i>Propuestas de mejora</i>
2018/19	La satisfacción del alumnado con los Programas y actividades de apoyo y orientación académica del alumnado con los Programas y actividades de orientación profesional es baja	Impartir una formación específica para la orientación académica y profesional, dentro de la programación del título y añadir esta información en un apartado específico de la página web.

**VI) INDICADORES Y RESULTADOS.**
**VI.1) ORIENTACION PREUNIVERSITARIA Y PERFIL DE INGRESO.**

INDICADOR	Comparativa	Objetivo Indicador	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
ISGC-P02-01: Tasa de adecuación de la titulación.	TÍTULO			84,38	88,24	88,4	105,8
	CENTRO		66.3	65.3	55.6	55.3	96,3
	UCA		72.3	69.9	64.9	67.2	99,85
ISGC-P02-02: Tasa de ocupación del título.	TÍTULO		100	91,43	97,14	74,2	97,14
	CENTRO		101.7	93.2	97.7	91.9	77,14
	UCA		109.1	90.7	93.2	90.3	79,88
ISGC-P02-03: Tasa de preferencia de la titulación.	TÍTULO			131,4	85,7	114	180
	CENTRO		157.5	117.0	132.8	110.8	142,9
	UCA		167.6	139.4	144.2	135.2	153,6
ISGC-P02-04: Tasa de renovación del título o tasa de nuevo	TÍTULO		100	96,77	94,29	54	64,15

INDICADOR	Comparativa	Objetivo Indicador	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
ingreso.	CENTRO		29.5	25.3	26.1	24.5	63,78
	UCA		30.9	25.4	25.2	24.2	64,53
ISGC-P02: Oferta de plazas	TÍTULO		35	35	35	35	35
	CENTRO		470	470	470	470	105
	UCA		4808	4978	4710	4780	1665
ISGC-P02: Matriculados de nuevo ingreso	TÍTULO		35	30	33	26	34
	CENTRO		478	417	459	431	81
	UCA		5257	4375	4391	4391	1310

### Análisis y Valoración:

La demanda del Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social, es muy alta. Y normalmente supera en mucho las 35 plazas ofertadas. La tasa de preferencia de la titulación en el curso 2018/19 se encuentra en 180 y sube desde 114 el año anterior.

Los matriculados en el curso 2018/19 son 34, aumentando desde 26 el año anterior. La demanda por el título es muy grande lo que constituye una evidente fortaleza del Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social.

La razón por la que algunos años los alumnos matriculados, se encuentran algo por debajo de las 35 plazas ofertadas, tiene más que ver con problemas con la matrícula o los visados de alumnos extranjeros, que la falta de demanda por el título.

El máster tiene una gran diversidad de alumnos, tanto en términos de hombres y mujeres como en término de sus estudios anteriores. Además, el máster tiene todos los años, un buen grupo de alumnos internacionales.

### Puntos Fuertes y logros:

- Una gran demanda por el título
- Alto número de matriculados.
- Diversidad de los alumnos con presencia de un buen porcentaje de alumnos internacionales

Autoinforme del curso:	Puntos débiles	Propuestas de mejora
	Sin puntos débiles en este apartado	

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

INDICADOR	Comparativa	Objetivo Indicador	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
ISGC-P04-02: Satisfacción global de los estudiantes con la planificación de la enseñanza	TÍTULO		4,1	3,9	4,3	3,9	4,2
	CENTRO		3.8	3.9	3.9	4	4,3
	UCA		3.9	4	4.1	4.1	4,20
ISGC-P04-03: Satisfacción global de los estudiantes con el desarrollo de la docencia.	TÍTULO		4,2	4,1	4,6	4,08	4,23
	CENTRO		4	4.1	4.1	4.21	4,36

INDICADOR	Comparativa	Objetivo Indicador	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
	UCA		4.2	4.2	4.3	4.31	4,37
ISGC-P04-04: Satisfacción global del profesorado con la organización y el desarrollo de la docencia (o con la actividad académica)	TÍTULO		4,04	3,53	3,57	3,4	3,9
	CENTRO		3,32	3,47	4,10	3,73	3,94
	UCA		3,23	3,40	3,90	3,74	4,03
ISGC-P04-05: Tasa de rendimiento	TÍTULO		97,3	94,52	76,5	82	81,4
	CENTRO		80.5	79.8	78.3	76.0	83
	UCA		77.1	77.0	75.8	75.0	84,9
ISGC-P04-06: Tasa de éxito	TÍTULO		99,4	99,2	100	100	99,3
	CENTRO		87.8	87.0	86.5	86.0	99
	UCA		85.8	85.8	85.3	85.0	98,4
ISGC-P04-07: Tasa de evaluación	TÍTULO		91,33	87,81	82,5	82	81,9
	CENTRO		91.6	91.7	90.5	89.0	83
	UCA		89.9	89.8	88.9	88.0	86,2
ISGC-P04-09: Tasa de graduación	TÍTULO		76,7	85,7	51,5	65,4	62,8
	CENTRO		28.5	26.5	23.7	67,9	56
	UCA		31.6	32.4	26.6	70,2	61,4
ISGC-P04-10: Tasa de eficiencia	TÍTULO		100	100	99	89,1	91,5
	CENTRO		93.7	91.2	91.1	90.1	93
	UCA		94.6	92.9	90.8	88.4	93,4
ISGC-P04-08: Tasa de abandono	TÍTULO		20	52,94	12,12	7,7	5,7
	CENTRO		33.8	30.7	24.5	31.7	13,4
	UCA		27.6	30.0	29.7	29.5	7,4

### Análisis y Valoración:

La satisfacción global de los estudiantes con la planificación de la enseñanza ha aumentado hasta 4,2 en el curso 2018/19, desde un 3,9 el año anterior. Por otro lado, la satisfacción global con la docencia ha aumentado hasta un 4,23 desde un 4,08 del curso anterior.

Por tanto, los alumnos del Máster, que son muy críticos en general con las enseñanzas universitarias, han mejorado la calificación del Máster y en general están satisfechos con la planificación del Máster en Marketing Digital y Social y con la docencia impartida en particular. El incremento en el espíritu crítico de los alumnos, se demuestra fácilmente al analizar aspectos concretos y objetivos de las encuestas que no han cambiado e incluso han mejorado, pero son peor calificados en los últimos años, tanto en este Máster como en la Universidad en general.

La tasa de rendimiento de este curso ha sido de 81,4, la tasa de éxito del 99,3, la tasa de evaluación del 86,2 y la tasa de eficiencia del 91,5. Por lo que estos indicadores se encuentran en niveles satisfactorios.

Uno de los objetivos fundamentales del Máster es incrementar la tasa de graduación. En el curso 2017/18, la tasa de graduación estaba en 34,6%. Esta relativamente baja tasa de graduación viene motivada fundamentalmente por alumnos que por encontrar trabajo o por otras circunstancias no defienden el Trabajo Fin de Máster. En el curso 2018/19 la tasa de graduación se mantiene alta y superior a la tasa de la UCA que en este curso era del 34,6%. La dificultad en conseguir mejorar la tasa de graduación se encuentra precisamente en los alumnos que por encontrar trabajo al finalizar el

Máster en Dirección de Marketing Digital y Social o por otros motivos no presentan el Trabajo Fin de Máster.

El permitir defender los Trabajos Fin de Máster por Internet, desde antes de la pandemia, para los alumnos que al terminar las clases están trabajando o residiendo en localidades lejanas, junto a la mejor información para la selección y la elaboración de los Trabajos Fin de Máster, ha elevado de forma sustancial los trabajos defendidos y por tanto el número de alumnos que completan con éxito las enseñanzas.

Otra fortaleza de este Máster es la baja tasa de abandono que ha disminuido hasta 5,7 desde cifras superiores en años anteriores Se considera solucionada la recomendación de la DEVA.

#### **Puntos Fuertes y logros:**

- Satisfacción de los estudiantes con la planificación de la enseñanza
- Satisfacción de los estudiantes con el desarrollo de la docencia
- Incremento de la tasa de graduación.
- Una muy baja tasa de abandono

<i>Autoinforme del curso:</i>	<i>Puntos débiles</i>	<i>Propuestas de mejora</i>
	Sin puntos débiles en este apartado	

### **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. Igualmente, desde el máster se contacta con numerosas empresas y se les anima a proporcionar prácticas a los alumnos del Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social. Una parte importante de los alumnos del Máster realizan prácticas extracurriculares o desarrollan proyectos emprendedores.

### **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. Y se anima a los estudiantes a realizar estancias en otras universidades o prácticas en el extranjero. Igualmente se facilita información a los alumnos que desean desarrollar una experiencia internacional.

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

INDICADOR	Comparativa	Objetivo Indicador	Promociones de egresados				
			14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
ISGC-P07-01: Índice de inserción profesional. Primer Empleo.	TÍTULO		100	100			
	CENTRO		100	100			
	UCA		88	92,73			
ISGC-P07-03: Índice de inserción profesional (año realización encuestas) en cualquier sector profesional. (Tasa de ocupación).	TÍTULO		100	100			
	CENTRO		61	100			
	UCA		65	74,5			
ISGC-P07-04: Tasa efectiva de inserción profesional (año realización encuestas) en un sector profesional relacionado con los estudios realizados. (Tasa de adecuación).	TÍTULO		100	100			
	CENTRO		87,5	100			
	UCA		78	80,5			
ISGC-P07-05: Tasa de inserción temporal (año realización encuestas) en cualquier sector profesional con un contrato temporal	TÍTULO		33	100			
	CENTRO		37,5	75			
	UCA		67	73,1			
ISGC-P07-06: Tasa de autoempleo (año realización encuestas).	TÍTULO		0	0			
	CENTRO		12,5	0			
	UCA		4	2,4			
ISGC-P07-08: Tasa de inserción con movilidad geográfica (año realización encuestas).	TÍTULO		33	100			
	CENTRO		12,5	50			
	UCA		34	26,8			
ISGC-P07-12: Grado de Satisfacción de los egresados con los estudios realizados.	TÍTULO		2,58	4,25			
	CENTRO		2.71	4			
	UCA		2.89	3,2			

#### Análisis y Valoración:

Los datos de la encuesta oficial de la Universidad de Cádiz, no presenta datos muy actualizados y está realizada a un número reducido de egresados. En cualquier caso, es una información que coincide con nuestro análisis y con las encuestas que realizamos a alumnos de promociones anteriores a través de los grupos de "Whatsapp", que muestran que más de un 90 por ciento de los alumnos están trabajando y la mayoría en el área de marketing digital.

Resalta el 4,25 de satisfacción de los egresados con los estudios realizados.

#### Puntos Fuertes y logros:

- Un alto nivel de ocupación de los egresados del Máster
- Un porcentaje muy alto están trabajando en puestos relacionados con el sector

Autoinforme del curso:	Puntos débiles	Propuestas de mejora
	Sin puntos débiles en este apartado	

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

INDICADOR	Comparativa	Objetivo Indicador	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
ISGC-P08-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título.	TÍTULO		2,43	2,89	2,29	2,6	2,19
	CENTRO		3,00	3,22	3,24	3,6	2,81
	UCA		3,20	3,32	3,28	3,21	3
ISGC-P08-03: Grado de satisfacción global del PDI con el título.	TÍTULO		4,40	4,17	4,17	4,17	4,22
	CENTRO		3,44	3,70	3,94	4,15	4,44
	UCA		3,35	3,53	3,82	4,2	4,1
ISGC-P08-04: Grado de satisfacción global del PAS con el título.	TÍTULO						3,53
	CENTRO						3,74
	UCA						3,66

#### Análisis y Valoración:

El grado de satisfacción global del profesorado con el título, es adecuado y se encuentra en el 4,22 para el curso 2018/19. Sin embargo, el grado de satisfacción de los alumnos con el título para este curso es de 2,19.

Desde el comienzo del Máster, este indicador se ha mantenido muy bajo, en contradicción con una alta valoración de la planificación docente y del desarrollo de la docencia del Máster en Marketing Digital y Social.

Lo primero que observamos es que tanto la satisfacción global con el Centro como la satisfacción global de la UCA, ha descendido de forma muy significativa entre el curso 2017/18 y 2018/19. Sabemos que no se han producido cambios significativos, salvo algunos procesos de mejora. Por lo que la única explicación plausible, es un incremento significativo y generalizado de la percepción crítica de los alumnos con la Universidad.

El Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social, tiene unas peculiaridades propias que dificultan el mejorar la satisfacción global del alumnado con el título. En primer lugar, el título está abierto a todo tipo de titulaciones, perfiles y países. Esto motiva una gran heterogeneidad del grupo de alumnos, especialmente algunos años. La gran diversidad de alumnos, con diferentes conocimientos sobre marketing y de muy diversas procedencias, por un lado, consideramos que es enriquecedor, pero por otro, incrementa sustancialmente la dificultad para incrementar el grado de satisfacción global de los alumnos con el título.

Una parte importante de los alumnos del Máster proceden de los propios grados de marketing y publicidad. A medida que mejora y se incrementan las asignaturas de marketing y específicamente de marketing digital, aumentan las expectativas. Por otro lado, un buen número de alumnos comienzan el Máster con unas expectativas, que no se corresponde con unos estudios universitarios que tienen una parte de ciencias fundamentales y de investigación y por otro lado módulos sobre el marketing digital en la empresa y el marketing digital en las organizaciones no lucrativas. Algunos alumnos

tienen dificultades con la parte de ciencias fundamentales y con el contenido relacionado con la investigación.

Por otro lado, el Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social, se estructura con unos módulos dedicados a explicar el marketing digital aplicado a las empresas y otros al marketing digital en organizaciones no lucrativas y marketing social. Esta especialidad, nos parece muy interesante, una buena aportación a la sociedad y un punto fuerte y diferenciador del Máster. Por otro lado, se hace difícil evitar ciertas repeticiones en los apartados básicos. Además, un buen número de alumnos al comenzar el curso traen unas expectativas poco realistas sobre el contenido y el enfoque de un Máster Universitario. Por un lado, algunos alumnos, esperan que el Máster sea totalmente práctico sin fundamentos teóricos o temas de investigación. Incluso algunos, que no han leído con un mínimo de atención el temario, esperan que Social se refiera exclusivamente a temas relacionados con "Social Media" y "Community Manager".

En cualquier caso, aunque la baja calificación de los alumnos en las encuestas a la satisfacción global, tiene explicaciones bastante claras, es evidente que existe un amplio margen de mejora. Y estamos seguros, que los cambios y las mejoras realizados en el Máster, se traducirán en una mejora muy significativa de este indicador.

#### Puntos Fuertes y logros:

- Adecuada satisfacción global del PDI y del PAS con el título.

Autoinforme del curso:	Puntos débiles	Propuestas de mejora
2018/19	- Baja satisfacción global de los estudiantes con el título.	<b>Acción propuesta:</b> Mejorar los contenidos redactando más casos reales y proporcionando un enfoque más práctico al máster.

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

INDICADOR	Comparativa	Objetivo Indicador	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
ISGC-P11-01: Nº de quejas o reclamaciones recibidas respecto al número de usuarios.	TÍTULO		0	1,6	0	0	0
	CENTRO		0.1	1.6	1.4	0.3	0
	UCA		1.1	2.9	1.7	2.9	0,79
ISGC-P11-02: Nº de incidencias docentes recibidas respecto al número de usuarios.	TÍTULO		0	0	0	0	0
	CENTRO		0.7	0.4	0.7	1.6	0
	UCA		1.7	1.3	1.1	1.3	1,16
ISGC-P11-03: Nº de sugerencias recibidas respecto al número de usuarios.	TÍTULO		0	0	1,6	-	0
	CENTRO		0.0	0.1	0.0	0.1	0
	UCA		0.1	0.1	0.1	0.2	0,49
ISGC-P11-04: Nº de felicitaciones recibidas respecto al número de usuarios.	TÍTULO		0	0	0	-	0
	CENTRO		0.0	0.3	0.2	0.1	1,03
	UCA		0.13	0.2	0.4	0.3	0,69

INDICADOR	Comparativa	Objetivo Indicador	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19
ISGC-P11-05: Promedio de satisfacción del usuario con las respuestas/soluciones recibidas a través de BAU.	TÍTULO		-	-	3,5	-	-
	CENTRO		SR	-	3.5	-	-
	UCA		3.5	3.53	4.1	3.6	3,1
ISGC-P11-06: Tiempo medio de respuesta a las quejas, incidencias docentes, sugerencias y felicitaciones recibidas.	TÍTULO		-	2,8	9,7	7,2	-
	CENTRO		5.2	2.8	9.7	0.6	-
	UCA		13.	10.3	1.7	9.6	1,39

### Análisis y Valoración:

En este curso no se ha presentado ninguna queja o reclamación, lo que demuestra el correcto desarrollo y la absoluta normalidad en el desarrollo de la actividad docente.

Los datos de la UCA, del número de reclamaciones con respecto al total de usuarios es de 0,79 y el de incidencias docentes de 1,16. Esto demuestra que los estudiantes son bastante críticos y que el sistema de reclamaciones e incidencias docentes funciona y es utilizado.

### Puntos Fuertes y logros:

- Ninguna reclamación durante el curso
- Ninguna incidencia docente

Autoinforme del curso:	Puntos débiles	Propuestas de mejora
	Sin 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.
	<p><b>Recomendación 10:</b> Se recomienda corregir las tasas de graduación y abandono hasta alcanzar los niveles previstos inicialmente, y la tendencia de años previos.</p> <p><b>Justificación:</b> La titulación ha realizado una serie de acciones dirigidas a mejorar las tasas de graduación y abandono, principalmente relacionadas con el TFM. Los resultados en el último periodo son mixtos. El valor de la tasa de abandono ha mejorado, mientras que la</p>	<p>Acción: Mejorar la información y la accesibilidad de la información sobre el Trabajo Fin de grado</p> <p>Evidencia contrastable: <a href="https://bit.ly/3f9qrhG">https://bit.ly/3f9qrhG</a></p>	<p>Dados los valores obtenidos se considera solucionada</p>

	tasa de graduación ha descendido pasando del 51.5% al 34.6% en el último curso.		
--	---	--	--

**VII) TRATAMIENTO DE LAS RECOMENDACIONES REALIZADAS EN EL INFORME DE VERIFICACIÓN, MODIFICACIÓN Y RENOVACIÓN DE ACREDITACIÓN.**

**a) Recomendaciones de los Informes de verificación.**

Recomendaciones del Informe de Verificación:		
Recomendaciones recibidas: Indique el informe de procedencia (verificación).	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 verificación n:	Acción:  Evidencia contrastable:	
Recomendación n+1:	Acción:  Evidencia contrastable:	

**b) Recomendaciones de los Informes de modificación.**

Recomendaciones de los Informes de Modificación de la DEVA:		
Recomendaciones recibidas: Indique el informe de procedencia (modificación).	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 Modificación n:	Acción:  Evidencia contrastable:	
Recomendación Modificación n+1:	Acción:  Evidencia contrastable:	

**d) Recomendaciones de los Informes de renovación de acreditación de la DEVA.**

Recomendaciones de los Informes de renovación de acreditación de la DEVA:		
Recomendaciones recibidas: Indique el informe de procedencia (renovación de acreditación).	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 renov. Acreditación 1:	Acción:  Evidencia contrastable:	
Recomendación renov. Acreditación 2:	Acción:  Evidencia contrastable:	

**VIII) AUDITORÍA INTERNA DEL SGC (en su caso).**

**No conformidades del Informe de auditoría interna:**

**Nº de no conformidades recibidas: Indique el número.**

NO  
PROCEDE

**Detalles de las No conformidades detectadas:**

*Nota: Se requiere enumerar muy brevemente las No Conformidades detectadas en la Auditoría Interna. Para ello debe aprovechar el informe de auditoría interna de la Inspección General de Servicios.*

**Acciones a llevar a cabo para dar respuesta a estas No conformidades:**

*Nota: Estas acciones podrían incluirse en el plan de mejora del apartado 9 de este Autoinforme, si la relevancia de la misma lo requiere.*

*No se trata de abordar en este apartado las soluciones sino la detección de los problemas o No Conformidades. Las soluciones se abordarán seguidamente en las propuestas concretas de mejora.*

No conformidad 1:

No conformidad 2:

**Enumerar brevemente las Observaciones detectadas:**

*Nota: Se requiere enumerar muy brevemente las No Conformidades detectadas en la Auditoría Interna. Para ello debe aprovechar el informe de auditoría interna de la Inspección General de Servicios.*

**Acciones a llevar a cabo para dar respuesta a estas Observaciones:**

*Nota: Estas acciones podrían incluirse en el plan de mejora del apartado 9 de este Autoinforme, si la relevancia de la misma lo requiere.*

*No se trata de abordar en este apartado las soluciones sino la detección de los problemas u Observaciones. Las soluciones se abordarán seguidamente en las propuestas concretas de mejora.*

Observación 1:

Observación 2:

**Oportunidades de mejora / Recomendaciones:**

**Puntos Fuertes reseñados en informe auditoría:**

**IX) PLAN DE MEJORA**

**IX) PLAN DE MEJORA**

Año:	2019	Hoja de Recomendación GyM		Nº:1	
Origen:	---	---	X Informe de seguimiento		
	<input checked="" type="checkbox"/> Informe modificación	Informe renovación acreditación		<input checked="" type="checkbox"/> Sistema garantía calidad	
Criterio:	<input checked="" type="checkbox"/> Descripción del título. <input checked="" type="checkbox"/> Competencias. <input checked="" type="checkbox"/> Acceso y Admisión de Estudiantes <input checked="" type="checkbox"/> Planificación de enseñanzas. <input checked="" type="checkbox"/> Personal académico. <input checked="" type="checkbox"/> Recursos materiales y servicios. <input checked="" type="checkbox"/> Resultados previstos. <input checked="" type="checkbox"/> Sistema de Garantía de Calidad. <input checked="" type="checkbox"/> Calendario de implantación.	<input checked="" type="checkbox"/> Información pública disponible. Sistema de garantía interna de calidad <input checked="" type="checkbox"/> Diseño, organización y desarrollo del programa formativo. <input checked="" type="checkbox"/> Profesorado. <input checked="" type="checkbox"/> Infraestructura, servicios y dotación de recursos. <input checked="" type="checkbox"/> Resultados del programa. <input checked="" type="checkbox"/> Indicadores.	<input checked="" type="checkbox"/> Información pública disponible. x Sistema de garantía interna de calidad. <input checked="" type="checkbox"/> Diseño, organización y desarrollo del programa formativo. <input checked="" type="checkbox"/> Profesorado. <input checked="" type="checkbox"/> Infraestructura, servicios y dotación de recursos. <input checked="" type="checkbox"/> Resultados del programa. <input checked="" type="checkbox"/> Indicadores.		
	Tipo de Recomendación:	x Recomendación/ Propuesta Mejora	<input checked="" type="checkbox"/> Recomendación especial seguimiento		
Descripción de la Recomendación:	Se recomienda incluir indicadores sobre la satisfacción de los estudiantes con los servicios de orientación académica 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				
<i>Acciones de Mejora asociadas a esta recomendación:</i>					
Acciones de Mejora 1:	Descripción Acción:	<p>La Universidad de Cádiz puso en marcha en el curso 15/16 la aplicación de una encuesta para los egresados de la UCA. Esta encuesta se lanza a los tres años de la promoción que se quiera encuestar. La última encuesta aplicada se lanzó en el curso 18/19 para la promoción 15/16; en esta promoción hay datos de satisfacción de los egresados con el título Master Universitario en Dirección de Marketing.</p> <p>Evidencia: <a href="https://bit.ly/37gbh7E">https://bit.ly/37gbh7E</a> Credenciales de acceso: Usuario           Clave acredita           acredita592</p> <p>Ruta de acceso: Indicadores SGC Informes de inserción laboral y satisfacción de los egresados SGC Inserción laboral y satisfacción egresados por sexo (nueva encuesta)</p> <p>En relación con los empleadores, hay que tener en cuenta que tanto en este título como en el resto de los títulos de la UCA, estos estudios se realizan a nivel centralizado, es decir, por los Servicios Centrales de la Universidad y son estudios que alcanzan a la totalidad de las titulaciones de la UCA, tal como establecen los Estatutos de la Universidad. En el caso de los empleadores se está estudiando la forma de hacer esta recogida de información debido a varios factores que dificultan el estudio: gran tasa de movilidad geográfica de los egresados (nacional e internacional), inserción laboral en la provincia de Cádiz de egresados de otras universidades, acceso a determinados puestos de trabajo vía oposición, tasa de infraempleo. Por otro lado, estaría la dificultad de asignar las titulaciones a según qué empresas o instituciones, ya que tanto empresas como instituciones contratan a egresados de más de una titulación. Y, por último, hay que tener en cuenta que obtener los datos por titulación significa que las organizaciones tendrían que contestar tantas encuestas como titulaciones de egresados contrataran; todo ello para poder recoger información veraz y significativa</p>			
	Justificación Acción:				
	Responsable Acción:	Servicio de Gestión de la Calidad y Títulos			
	Fecha inicio Plazo:			Fecha Finalización Plazo:	
	Acción Finalizada:	xSI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)	---
	Indicadores:			Valores de indicadores:	
	Observaciones / Impacto:	<b>RESUELTA PARCIALMENTE POR DEVA</b>			
	Evidencia URL:				

Acciones de Mejora 1:	Descripción Acción:	Recabar información de los alumnos sobre cuestiones relacionadas con su grado de satisfacción del alumnado con los servicios de orientación académica y profesional y sondear la opinión del PAS.			
	Justificación Acción:	Incluir en las encuestas a los alumnos cuestiones relacionadas con su grado de satisfacción con los servicios de orientación académica y profesional			
	Responsable Acción:	Directora del Servicio de Gestión de la Calidad y Títulos			
	Fecha inicio Plazo:	2017-05-01		Fecha Finalización Plazo:	2017-07-31
	Acción Finalizada:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)	---
	Indicadores:	Grado de cumplimiento		Valores de indicadores:	Curso 16-17: 100%
					Curso 17-18: 100%
	Observaciones / Impacto:	Se dispone de más información para analizar la evolución del grado. <b>RESUELTA PARCIALMENTE POR DEVA</b>			
Evidencia URL:	<a href="https://bit.ly/2dwh1Pk">https://bit.ly/2dwh1Pk</a>				
Acciones de Mejora 2:	Descripción Acción:	Recabar información de los alumnos sobre cuestiones relacionadas con su grado de satisfacción del alumnado con los servicios de orientación académica y profesional y sondear la opinión del PAS			
	Justificación Acción:	Analizar el PAS que podría estar relacionado con el título para recabar información de mediante encuesta institucional			
	Responsable Acción:	Directora del Servicio de Gestión de la Calidad y Títulos			
	Fecha inicio Plazo:	2017-05-01		Fecha Finalización Plazo:	2017-07-31
	Acción Finalizada:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)	---
	Indicadores:	Grado de cumplimiento		Valores de indicadores:	Curso 16-17: 100%
					Curso 17-18: 100%
	Observaciones / Impacto:	Se dispone de más información para analizar la evolución del grado. <b>RESUELTA PARCIALMENTE POR DEVA</b>			
Evidencia URL:	<a href="https://bit.ly/2dwh1Pk">https://bit.ly/2dwh1Pk</a>				
Acciones de Mejora 3	Descripción Acción:	Completar la información sobre programas y actividades de orientación profesional. Mejorar la información a los alumnos.			
	Justificación Acción:	Esta información no estaba completa			
	Responsable Acción:	Coordinador del Título			
	Fecha inicio Plazo:	2018-05-01		Fecha Finalización Plazo:	2018-06-30
	Acción Finalizada:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)	---
	Indicadores:	P08 Grado de satisfacción con la orientación profesional		Valores de indicadores:	Curso 16-17: 1.7
					Curso 17-18: 2.2
	Observaciones / Impacto:	<b>RESUELTA PARCIALMENTE POR DEVA</b>			
Evidencia URL:	<a href="https://bit.ly/2G3XF3w">https://bit.ly/2G3XF3w</a>				
Acciones de Mejora 4	Descripción Acción:	PM1.2.: Mejorar la información sobre orientación académica y profesional a los alumnos			
	Justificación Acción:	La satisfacción de los alumnos con la orientación profesional es mejorable. Parece ser que esta baja satisfacción se debe a falta de información. Se va a incorporar en el campus virtual, al ser una herramienta más utilizada y con más visibilidad.			
	Responsable Acción:	Coordinador del Título			
	Fecha inicio Plazo:	2019-09-01		Fecha Finalización Plazo:	2019-12-20
	Acción Finalizada:	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)	2019-12-20
	Indicadores:	P08 Grado de satisfacción con la orientación académica		Valores de indicadores:	Curso 16-17: 1.7
		Curso 17-18: 2.2			



Observaciones / Impacto:	<b>RESUELTA PARCIALMENTE POR DEVA</b>
Evidencia URL:	<a href="https://bit.ly/2AThNoK">https://bit.ly/2AThNoK</a>

Año:	2020	Hoja de Recomendación GyM	Nº: 2
Origen:	--- <input checked="" type="checkbox"/> Informe modificación	--- <input checked="" type="checkbox"/> Informe renovación acreditación	<input checked="" type="checkbox"/> Informe de seguimiento X Sistema garantía calidad
Criterio:	<input checked="" type="checkbox"/> Descripción del título. <input checked="" type="checkbox"/> Competencias. <input checked="" type="checkbox"/> Acceso y Admisión de Estudiantes <input checked="" type="checkbox"/> Planificación de enseñanzas. <input checked="" type="checkbox"/> Personal académico. <input checked="" type="checkbox"/> Recursos materiales y servicios. <input checked="" type="checkbox"/> Resultados previstos. <input checked="" type="checkbox"/> Sistema de Garantía de Calidad. <input checked="" type="checkbox"/> Calendario de implantación.	<input checked="" type="checkbox"/> Información pública disponible. <input checked="" type="checkbox"/> Sistema de garantía interna de calidad. <input checked="" type="checkbox"/> Diseño, organización y desarrollo del programa formativo. <input checked="" type="checkbox"/> Profesorado. <input checked="" type="checkbox"/> Infraestructura, servicios y dotación de recursos. <input checked="" type="checkbox"/> Resultados del programa. <input checked="" type="checkbox"/> Indicadores.	<input checked="" type="checkbox"/> Información pública disponible. <input checked="" type="checkbox"/> Sistema de garantía interna de calidad. <input checked="" type="checkbox"/> Proceso de Implantación Profesorado. <input checked="" type="checkbox"/> Infraestructura, servicios y dotación de recursos. <input checked="" type="checkbox"/> Resultados del programa. <input checked="" type="checkbox"/> Indicadores.
Tipo de Recomendación:	x Recomendación/ Propuesta Mejora	<input checked="" type="checkbox"/> Recomendación especial seguimiento	
Descripción de la Recomendación:	Baja satisfacción de los estudiantes con el procedimiento llevado a cabo para la elección y realización de los Trabajos de Máster		

*Acciones de Mejora asociadas a esta recomendación:*

Acciones de Mejora 1:	Descripción Acción:	Activación en el campus virtual de un apartado específico con contenido detallado sobre el procedimiento y la realización del TFM		
	Justificación Acción:	Agrupar en un sitio la información, facilitar una mejor información y facilitar la interacción		
	Responsable Acción:	Coordinador del Título		
	Fecha inicio Plazo	2020-9-1	Fecha Finalización Plazo:	2020-12-30
	Acción Finalizada:	SI	X NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)
	Indicadores:	P08 Satisfacción de los estudiantes con el procedimiento llevado a cabo para la elección y realización del TFM	Valores de indicadores:	Curso 16-17: 2,20 Curso 17-18: 3.20 Curso 18-19: 2.31
	Observaciones / Impacto:			
	Evidencia URL:	<a href="https://bit.ly/2CvjsMd">https://bit.ly/2CvjsMd</a>		
Acciones de Mejora 2:	Descripción Acción:	Planificar y realizar un taller práctico sobre la realización del trabajo fin de máster al comienzo de curso		
	Justificación Acción:	Con la realización del taller, se aumenta la información para que los estudiantes tengan facilidad en la realización de los TFM		
	Responsable Acción:	Coordinador del Título		
	Fecha inicio Plazo:	2018-11-01	Fecha Finalización Plazo:	2018-11-30
	Acción Finalizada:	x SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)
	Indicadores:	P08 Satisfacción de los estudiantes con el procedimiento llevado a cabo para la elección y realización del TFM	Valores de indicadores:	Curso 16-17: 2,20 Curso 17-18: 3.20 Curso 18-19: 2.31
	Observaciones / Impacto:	El indicador mejora de 2,2 a 3,2. Ello resulta muy satisfactorio. RESUELTO POR DEVA. PERO ESTE CURSO VUELVE A SER PUNTO DÉBIL		
	Evidencia URL:	<a href="https://bit.ly/2I3a5un">https://bit.ly/2I3a5un</a>		



Año:	2019		Hoja de Recomendación GyM		Nº:3
Origen:	---		---		X Informe de seguimiento
	<input checked="" type="checkbox"/> Informe modificación		Informe renovación acreditación		X Sistema garantía calidad
Criterio:	<input checked="" type="checkbox"/> Descripción del título. <input checked="" type="checkbox"/> Competencias. <input checked="" type="checkbox"/> Acceso y Admisión de Estudiantes <input checked="" type="checkbox"/> Planificación de enseñanzas. <input checked="" type="checkbox"/> Personal académico. <input checked="" type="checkbox"/> Recursos materiales y servicios. <input checked="" type="checkbox"/> Resultados previstos. <input checked="" type="checkbox"/> Sistema de Garantía de Calidad. <input checked="" type="checkbox"/> Calendario de implantación.		Información pública disponible. Sistema de garantía interna de calidad. <input checked="" type="checkbox"/> Diseño, organización y desarrollo del programa formativo. x Profesorado. <input checked="" type="checkbox"/> Infraestructura, servicios y dotación de recursos. <input checked="" type="checkbox"/> Resultados del programa. <input checked="" type="checkbox"/> Indicadores.		<input checked="" type="checkbox"/> Información pública disponible. <input checked="" type="checkbox"/> Sistema de garantía interna de calidad. <input checked="" type="checkbox"/> Diseño, organización y desarrollo del programa formativo. x Profesorado. <input checked="" type="checkbox"/> Infraestructura, servicios y dotación de recursos. <input checked="" type="checkbox"/> Resultados del programa. <input checked="" type="checkbox"/> Indicadores.
	Tipo de Recomendación:	x Recomendación/ Propuesta Mejora		<input checked="" type="checkbox"/> Recomendación especial seguimiento	
Descripción de la Recomendación:	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 marcha de acciones de mejora pertinentes.				
<i>Acciones de Mejora asociadas a esta recomendación:</i>					
Acciones de Mejora 1:	Descripción Acción:	Creación por los alumnos de un proyecto real, de construcción de una página web, marketing a lo largo de los diferentes módulos del máster.			
	Justificación Acción:	AL desarrollar un mismo proyecto real durante todo el máster, facilita el aprendizaje del alumno y la coordinación entre los profesores.			
	Responsable Acción:	Coordinador del Título			
	Fecha inicio Plazo:	2020-10-1		Fecha Finalización Plazo:	2021-5-30
	Acción Finalizada:	SI	X NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)	---
	Indicadores:	P08 Satisfacción del alumnado con la "Coordinación entre los profesores del título"		Valores de indicadores:	Curso 16-17: 1.73 Curso 17-18: 1.4 Curso 18-19: 2.2
	Observaciones / Impacto:	Ha mejorado pero sigue siendo bajo			
	Evidencia URL:	<a href="https://bit.ly/2CvjsMd">https://bit.ly/2CvjsMd</a>			
	Acciones de Mejora 2:	Descripción Acción:	Mejorar el nivel de satisfacción de los estudiantes con la coordinación entre profesores		
Justificación Acción:		Recabar información de los estudiantes para determinar cuáles son las causas concretas de dicho nivel de satisfacción			
Responsable Acción:		Coordinador del Título			
Fecha inicio Plazo:		2016-10-01		Fecha Finalización Plazo:	2017-04-30
Acción Finalizada:		x SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)	---
Indicadores:		P08 Satisfacción del alumnado con la "Coordinación entre los profesores del título"		Valores de indicadores:	Curso 16-17: 1.73 Curso 17-18: 1.4 Curso 18-19: 2.2
		Grado de cumplimiento			100%
Observaciones / Impacto:		No se ha conseguido mejorar este aspecto.			
Evidencia URL:		<a href="http://bit.ly/2qr7hO3">http://bit.ly/2qr7hO3</a>			
Acciones de Mejora 3:	Descripción Acción:	Mejorar el nivel de satisfacción de los estudiantes con la coordinación entre profesores			
	Justificación Acción:	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.			
	Responsable Acción:	Coordinador del título			
	Fecha inicio Plazo:	2016-10-01		Fecha Finalización Plazo:	2017-04-30
	Acción Finalizada:	x SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)	---

	Indicadores:	P08 Satisfacción del alumnado con la "Coordinación entre los profesores del título"		Valores de indicadores:	Curso 16-17: 1.73
					Curso 17-18: 1.4
					Curso 18-19: 2.2
	Observaciones / Impacto:	No se ha conseguido mejorar este aspecto.			
	Evidencia URL:	<a href="http://bit.ly/2qr7hO3">http://bit.ly/2qr7hO3</a>			
Acciones de Mejora 4:	Descripción Acción:	PM1.1.: Establecer un nuevo sistema interactivo para coordinar los contenidos impartidos por los profesores			
	Justificación Acción:	El indicador de la satisfacción con la coordinación entre los profesores se mantiene en el máster muy bajo.			
	Responsable Acción:	Coordinador del grado			
	Fecha inicio Plazo:	2019-09-01		Fecha Finalización Plazo:	2020-06-30
	Acción Finalizada:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)	2020-06-30
	Indicadores:	P08 Satisfacción del alumnado con la "Coordinación entre los profesores del título".		Valores de indicadores:	Curso 16-17: 1.73
					Curso 17-18: 1.4
	Observaciones / Impacto:				
	Evidencia URL:	<a href="https://bit.ly/304KyJC">https://bit.ly/304KyJC</a>			
Acciones de Mejora 5:	Descripción Acción:	Recopilar y poner a disposición de los profesores los esquemas de los contenidos de diferentes sesiones de clase establecer un sistema de registro de los contenidos impartidos en las diferentes sesiones de clase			
	Justificación Acción:	Necesidad de incrementar la coordinación entre profesores			
	Responsable Acción:	Coordinador del Título			
	Fecha inicio Plazo:	2018-10-01		Fecha Finalización Plazo:	2018-10-01
	Acción Finalizada:	<input type="checkbox"/> SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)	---
	Indicadores:	P08 Satisfacción del alumnado con la "Coordinación entre los profesores del título".		Valores de indicadores:	Curso 16-17: 1.73
					Curso 17-18: 1.4
	Observaciones / Impacto:	Este indicador se mantiene muy bajo y es preciso implantar nuevas acciones de mejora.			
	Evidencia URL:	<a href="https://bit.ly/2Kd3lft">https://bit.ly/2Kd3lft</a>			

Año:	2020		Hoja de Recomendación GyM	Nº: 4
Origen:	---	---	Informe de seguimiento	
	<input checked="" type="checkbox"/> Informe modificación	<input type="checkbox"/> Informe renovación acreditación	<input checked="" type="checkbox"/> Sistema garantía calidad	
Criterio:	<input checked="" type="checkbox"/> Descripción del título. <input checked="" type="checkbox"/> Competencias. <input checked="" type="checkbox"/> Acceso y Admisión de Estudiantes <input checked="" type="checkbox"/> Planificación de enseñanzas. <input checked="" type="checkbox"/> Personal académico. <input checked="" type="checkbox"/> Recursos materiales y servicios. <input checked="" type="checkbox"/> Resultados previstos. <input checked="" type="checkbox"/> Sistema de Garantía de Calidad. <input checked="" type="checkbox"/> Calendario de implantación.	<input checked="" type="checkbox"/> Información pública disponible. Sistema de garantía interna de calidad. <input checked="" type="checkbox"/> Diseño, organización y desarrollo del programa formativo. <input checked="" type="checkbox"/> Profesorado. <input checked="" type="checkbox"/> Infraestructura, servicios y dotación de recursos. <input checked="" type="checkbox"/> Resultados del programa.	<input checked="" type="checkbox"/> Información pública disponible. <input checked="" type="checkbox"/> Sistema de garantía interna de calidad. <input checked="" type="checkbox"/> Diseño, organización y desarrollo del programa formativo. <input checked="" type="checkbox"/> Profesorado. <input checked="" type="checkbox"/> Infraestructura, servicios y dotación de recursos. <input checked="" type="checkbox"/> Resultados del programa.	

		<input type="checkbox"/> Indicadores.	<input type="checkbox"/> Indicadores.	
<b>Tipo de Recomendación:</b>	x Recomendación/ Propuesta Mejora	<input type="checkbox"/> Recomendación especial seguimiento		
<b>Descripción de la Recomendación:</b>	La satisfacción del alumnado con los Programas y actividades de apoyo y orientación académica del alumnado con Programas y actividades de orientación profesional es baja			
<i>Acciones de Mejora asociadas a esta recomendación:</i>				
<i>Acciones de Mejora 1:</i>	<b>Descripción Acción:</b>	Impartir una formación específica para la orientación académica y profesional, dentro de la programación del título y añadir esta información en un apartado específico de la página web.		
	<b>Justificación Acción:</b>	Mejorar y centralizar la información para los alumnos en esta materia		
	<b>Responsable Acción:</b>	Coordinador del título		
	<b>Fecha inicio Plazo:</b>	2020-10-1	<b>Fecha Finalización Plazo:</b>	2020-12-30
	<b>Acción Finalizada:</b>	SI	X NO	<b>Fecha Cierre: (Para no finalizadas)</b> 2020-12-30
	<b>Indicadores:</b>	Satisfacción del alumnado con los Programas y actividades de apoyo y orientación académica del alumnado.	<b>Valores de indicadores:</b>	Curso 18-19: 2,84
		Satisfacción del alumnado con los Programas y actividades de orientación profesional.		Curso 18-19: 1,87
	<b>Observaciones / Impacto:</b>			
<b>Evidencia URL:</b>	<a href="https://bit.ly/2CvisMd">https://bit.ly/2CvisMd</a>			

Año:	2020		Hoja de Recomendación GyM		Nº: 5
Origen:	---		---		<input checked="" type="checkbox"/> Informe de seguimiento
	<input checked="" type="checkbox"/> Informe modificación		Informe renovación acreditación		X Sistema garantía calidad
Criterio:	<input checked="" type="checkbox"/> Descripción del título. <input checked="" type="checkbox"/> Competencias. <input checked="" type="checkbox"/> Acceso y Admisión de Estudiantes <input checked="" type="checkbox"/> Planificación de enseñanzas. <input checked="" type="checkbox"/> Personal académico. <input checked="" type="checkbox"/> Recursos materiales y servicios. <input checked="" type="checkbox"/> Resultados previstos. <input checked="" type="checkbox"/> Sistema de Garantía de Calidad. <input checked="" type="checkbox"/> Calendario de implantación.		Información pública disponible. <input checked="" type="checkbox"/> Sistema de garantía interna de calidad. <input checked="" type="checkbox"/> Diseño, organización y desarrollo del programa formativo. Profesorado. <input checked="" type="checkbox"/> Infraestructura, servicios y dotación de recursos. <input checked="" type="checkbox"/> Resultados del programa. <input checked="" type="checkbox"/> Indicadores.		<input checked="" type="checkbox"/> Información pública disponible. <input checked="" type="checkbox"/> Sistema de garantía interna de calidad. <input checked="" type="checkbox"/> Diseño, organización y desarrollo del programa formativo. <input checked="" type="checkbox"/> Profesorado. <input checked="" type="checkbox"/> Infraestructura, servicios y dotación de recursos. <input checked="" type="checkbox"/> Resultados del programa. <input checked="" type="checkbox"/> Indicadores.
Tipo de Recomendación:	x Recomendación/ Propuesta Mejora		<input checked="" type="checkbox"/> Recomendación especial seguimiento		
Descripción de la Recomendación:	Baja satisfacción global de los estudiantes con el título.				
<i>Acciones de Mejora asociadas a esta recomendación:</i>					
Acciones de Mejora 1:	Descripción Acción:	Mejorar los contenidos redactando más casos reales y proporcionando un enfoque práctico al máster.			
	Justificación Acción:	Las encuestas y las reuniones de coordinación con los alumnos muestran una demanda por contenidos prácticos concretos.			
	Responsable Acción:	Coordinador del Título			
	Fecha inicio Plazo:	2020-1-10		Fecha Finalización Plazo:	2021-6-30
	Acción Finalizada:	SI	x NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)	2021-6-30
	Indicadores:	ISGC-P08-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título		Valores de indicadores:	Curso 16-17: 2.45 Curso 17-18: 2.6 Curso 18-19: 2.19
	Observaciones / Impacto:				
	Evidencia URL:	<a href="https://bit.ly/2CvjsMd">https://bit.ly/2CvjsMd</a>			
	Acciones de Mejora 1:	Descripción Acción:	Mejorar el nivel de satisfacción global de los estudiantes con el título		
Justificación Acción:		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			
Responsable Acción:		Coordinador del Título			
Fecha inicio Plazo:		2016-05-01		Fecha Finalización Plazo:	2017-01-01
Acción Finalizada:		x SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)	---
Indicadores:		ISGC-P08-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título		Valores de indicadores:	Curso 16-17: 2.45 Curso 17-18: 2.6 Curso 18-19: 2.19
Observaciones / Impacto:		El nivel de satisfacción de los estudiantes con el grado necesita mejorar, si bien respecto al curso 16.17 ha mejorado.			
Evidencia URL:		<a href="http://bit.ly/2pWURXc">http://bit.ly/2pWURXc</a>			
Acciones de Mejora 2:		Descripción Acción:	Mejorar el nivel de satisfacción global de los estudiantes con el título		
	Justificación Acción:	Comprobar asignaturas que no despliegan los medios disponibles en el campus virtual y advertir al profesor coordinador de la necesidad de su utilización			
	Responsable Acción:	Coordinador del Título			
	Fecha inicio Plazo:	2017-03-01		Fecha Finalización Plazo:	2017-09-30
	Acción Finalizada:	x SI	<input checked="" type="checkbox"/> NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)	---
	Indicadores:	ISGC-P08-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título		Valores de indicadores:	Curso 16-17: 2.45 Curso 17-18: 2.6 Curso 18-19: 2.19

	Observaciones / Impacto:	El nivel de satisfacción de los estudiantes con el grado necesita mejorar, si bien respecto curso 16.17 ha mejorado.			
	Evidencia URL:	<a href="http://bit.ly/2pWUrXc">http://bit.ly/2pWUrXc</a>			
Acciones de Mejora 3:	Descripción Acción:	Mejorar el nivel de satisfacción global de los estudiantes con el título			
	Justificación Acción:	Contactar con los estudiantes para profundizar más en esta cuestión y poder delimitar mejor qué aspectos deben ser mejorados			
	Responsable Acción:	Coordinador del Título			
	Fecha inicio Plazo:	2018-04-01	Fecha Finalización Plazo:	2018-04-18	
	Acción Finalizada:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)	---
	Indicadores:	ISGC-P08-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título	Valores de indicadores:	Curso 16-17: 2.45 Curso 17-18: 2.6 Curso 18-19: 2.19	
	Observaciones / Impacto:	El nivel de satisfacción de los estudiantes con el grado necesita mejorar, si bien respecto curso 16.17 ha mejorado.			
	Evidencia URL:	<a href="http://bit.ly/2pWUrXc">http://bit.ly/2pWUrXc</a>			
Acciones de Mejora 4:	Descripción Acción:	Mejorar el nivel de satisfacción global de los estudiantes con el título			
	Justificación Acción:	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			
	Responsable Acción:	Coordinador del Título			
	Fecha inicio Plazo:	2017-04-01	Fecha Finalización Plazo:	2017-09-30	
	Acción Finalizada:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)	---
	Indicadores:	ISGC-P08-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título	Valores de indicadores:	Curso 16-17: 2.45 Curso 17-18: 2.6 Curso 18-19: 2.19	
	Observaciones / Impacto:	El nivel de satisfacción de los estudiantes con el grado necesita mejorar, si bien respecto curso 16.17 ha mejorado.			
	Evidencia URL:	<a href="http://bit.ly/2pWUrXc">http://bit.ly/2pWUrXc</a>			
Acciones de Mejora 5:	Descripción 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			
	Justificación Acción:	Se considera que si los estudiantes tienen claro en qué consiste el título, se evitan los descontentos posteriores, pues algunos estudiantes, no esperan que el master haya una parte de ciencia fundamental.			
	Responsable Acción:	Coordinador del Título			
	Fecha inicio Plazo:	2017-10-01	Fecha Finalización Plazo:	2018-09-30	
	Acción Finalizada:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	Fecha Cierre: (Para no finalizadas)	----
	Indicadores:	ISGC-P08-02: Grado de satisfacción global del alumnado con el título.	Valores de indicadores:	Curso 16-17: 2.45 Curso 17-18: 2.6 Curso 18-19: 2.19	
	Observaciones / Impacto:	Mejora de 2,29 a 2,6.			
	Evidencia URL:	<a href="https://bit.ly/2uOjc9S">https://bit.ly/2uOjc9S</a>			





