

Informe de Seguimiento del Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social por la Universidad de Cádiz

A. DATOS DEL TÍTULO

ID Ministerio	4314323
Denominación del Título	Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social por la Universidad de Cádiz
Universidad	Universidad de Cádiz
Centro/s	11006620 Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Universidad/es Participante/s	
Rama de Conocimiento	Ciencias Económicas y Empresariales

B. ÁMBITO NORMATIVO

El seguimiento se tramita de conformidad con el procedimiento previsto en el artículo 28 del Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad. La evaluación se ha llevado a cabo de acuerdo con los criterios y directrices para el Aseguramiento de la Calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior (ESG) establecidos en la Guía para la renovación de la acreditación de los títulos universitarios de grado, máster y doctorado de la Agencia para la Calidad Científica y Universitaria de Andalucía (ACCUA).

La Agencia para la Calidad Científica y Universitaria de Andalucía, de conformidad con lo establecido en la Ley 9/2021, de 23 de diciembre, por la que se crean la Agencia Empresarial para la Transformación y el Desarrollo Económico (TRADE) y la Agencia para la Calidad Científica y Universitaria de Andalucía (ACCUA), tiene atribuidas las competencias de evaluación y acreditación de las actividades universitarias.

C. CONTENIDO DE LA EVALUACIÓN

La Comisión de seguimiento, de la Agencia para la Calidad Científica y Universitaria de Andalucía, es la competente para efectuar la evaluación de la solicitud de la seguimiento de los títulos oficiales presentada por la Universidad. El presente informe es emitido por dicha comisión formada por expertos en la materia que actúan en régimen de independencia y autonomía.

Revisada y analizada la documentación aportada por el título y las evidencias presentadas en este informe, la Comisión expone las siguientes valoraciones, sobre las que se pueden contemplar aspectos que deben ser subsanados.

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	MIGUEL RAFAEL AGUILAR URBANO	28/01/2026	
VERIFICACIÓN	Pk2jmV6G7V2MTPRN7SBRUUF2VWSK5U	PÁG. 1/11	

MOTIVACIÓN

INTRODUCCIÓN

La comisión para el seguimiento del Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social por la Universidad de Cádiz ha examinado el autoinforme remitido por la coordinación del título, así como la documentación complementaria aportada y la información pública disponible, lo que permite emitir el presente informe. El Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social es un título oficial de 60 ECTS, implantado en el curso 2014/2015, adscrito a la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación y ofertado exclusivamente en modalidad presencial, conforme a lo establecido en la Memoria Verificada. La titulación presenta un marcado carácter profesionalizante, orientado al desempeño en ámbitos propios del marketing digital, la comunicación online, la analítica de datos aplicada y el desarrollo de estrategias digitales en el entorno empresarial actual. El diseño del programa formativo se organiza en tres módulos: común, específico y de aplicación, que integran contenidos teóricos avanzados, prácticas profesionales en laboratorios informáticos, actividades basadas en el uso de herramientas digitales reales y la elaboración de un Trabajo Fin de Máster de carácter aplicado. Este diseño, junto con la metodología activa utilizada en las asignaturas, permite una aproximación progresiva y competencial al perfil de egreso definido en la memoria, fomentando la adquisición de habilidades tecnológicas, analíticas y creativas directamente vinculadas con el mercado laboral del sector digital. La estructura académica del título no contempla itinerarios diferenciados, estructuras curriculares específicas ni docencia híbrida o virtual, lo que asegura la fidelidad al planteamiento original de la Memoria Verificada. En conjunto, la información analizada evidencia que el máster mantiene una implantación adecuada, con procesos académicos estables y una dinámica de mejora continua fundamentada en el Sistema Interno de Garantía de Calidad de la Universidad de Cádiz.

CRITERIO 1. INFORMACIÓN PÚBLICA DISPONIBLE

Se alcanza parcialmente

Justificación

La comisión constata que el Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social dispone de una información pública amplia, estructurada y actualizada sobre las características esenciales del título y sobre su desarrollo operativo. La web oficial del máster, accesible a través de los espacios institucionales de la Universidad de Cádiz, recoge la denominación completa del programa, su identificador ministerial, el centro responsable, la modalidad de impartición, la fecha de implantación y el resto de datos identificativos del título.

Igualmente, se publican de forma clara y accesible los procedimientos de acceso y admisión, incluyendo criterios de valoración, perfil recomendado, calendario de preinscripción y oferta de plazas. La normativa institucional de reconocimiento y transferencia de créditos, así como la normativa académica general del centro, se encuentran disponibles desde los portales institucionales, proporcionando un marco regulador transparente para el estudiantado. De acuerdo con la Memoria Verificada, el máster no contempla prácticas curriculares, pero la web informa adecuadamente de la posibilidad de realizar prácticas extracurriculares a través del portal ÍCARO, lo que resulta coherente con la orientación profesional del programa.

En lo que respecta al desarrollo operativo, la comisión valora positivamente que las guías docentes de las

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	MIGUEL RAFAEL AGUILAR URBANO	28/01/2026	
VERIFICACIÓN	Pk2jmV6G7V2MTPRN7SBRUUF2VWSK5U	PÁG. 2/11	

asignaturas recojan de manera completa las competencias, contenidos, actividades formativas, metodología, sistemas de evaluación, cronogramas y profesorado responsable. El plan de estudios se presenta de forma estructurada, identificando módulos, materias, asignaturas, créditos y tipología, lo que facilita la comprensión del diseño curricular. Asimismo, la web del título publica información detallada sobre el Trabajo Fin de Máster, incluyendo la normativa vigente, el procedimiento de asignación de tutorías, el calendario orientativo y las rúbricas de evaluación aplicadas, elementos clave para garantizar la transparencia del proceso. Se describen, además, los recursos materiales y de apoyo disponibles (salas de informática equipadas, hosting específico para prácticas avanzadas en marketing digital, aulas con dotación tecnológica, biblioteca, salas de estudio y espacios de trabajo en grupo), que permiten al estudiantado conocer de antemano las condiciones en que se desarrollará la docencia.

En relación con la publicación de resultados, el título pone a disposición de los grupos de interés los principales indicadores institucionales de demanda y ocupación (tasa de adecuación, ocupación y preferencia), así como información sobre género y procedencia del estudiantado de nuevo ingreso. El autoinforme incorpora, además, resultados académicos desglosados por asignatura y datos cualitativos sobre inserción laboral de egresados en el ámbito digital. En materia de satisfacción, se publican indicadores relativos al alumnado con el título, al proceso de TFM, a la coordinación docente y a la satisfacción del PAS con el centro, lo que contribuye a una visión más amplia del funcionamiento del programa.

No obstante, la comisión observa que la documentación vinculada al Sistema Interno de Garantía de Calidad (SIGC) del título aparece repartida entre distintos espacios institucionales (web del máster, Sistema de Información de la UCA y espacio COLABORA), tal y como reconoce el propio autoinforme. Esta dispersión dificulta disponer de un punto único de acceso en el que consultar de forma integrada los procesos del sistema, la composición de la Comisión de Garantía de Calidad, la normativa asociada, los autoinformes, los informes de renovación de la acreditación y los planes de mejora. Aunque la documentación existe y está disponible, la fragmentación limita la claridad y la accesibilidad del sistema de información pública, especialmente para agentes externos o usuarios menos familiarizados con la estructura interna de la universidad.

Por todo ello, la comisión considera que, aun siendo adecuado el volumen y la actualización de la información relativa a las características del programa, sus resultados y la satisfacción de los grupos de interés, la falta de un espacio único e integrado para la documentación del SIGC impide valorar el criterio como plenamente alcanzado y justifica la calificación de cumplimiento parcial.

Aspectos que deben ser subsanados

Se debe unificar y centralizar en un único espacio web accesible toda la documentación relativa al Sistema Interno de Garantía de Calidad del título (procesos, responsables, normativa, composición de la CGC, documentación de seguimiento, informes ACCUA, autoinformes y planes de mejora), mejorando así la accesibilidad, la coherencia y la claridad de la información para los grupos de interés.

CRITERIO 2. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD

Se alcanza

Justificación

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	MIGUEL RAFAEL AGUILAR URBANO	28/01/2026	
VERIFICACIÓN	Pk2jmV6G7V2MTPRN7SBRUUF2VWSK5U	PÁG. 3/11	

La comisión constata que el Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social se integra de forma adecuada en la versión 3.0 del Sistema Interno de Garantía de Calidad de la Universidad de Cádiz, aprobada y revisada por los órganos competentes de la institución. El SIGC se articula mediante un Manual de Calidad, ocho procesos institucionales y protocolos específicos de centro, en los que se definen responsables, funciones, roles y grupos de interés, así como los mecanismos de participación a través de comisiones y procedimientos de recogida de información.

La Comisión de Garantía de Calidad (CGC) de la Facultad presenta una composición equilibrada, que incluye un representante específico del máster y un representante del alumnado del programa, asegurando la participación directa del título en el órgano responsable del sistema. La CGC dispone de un Reglamento de funcionamiento público y accesible, y se apoya en distintas plataformas institucionales (web del título, Sistema de Información de la UCA, espacio COLABORA) para la gestión documental, en el contexto del proceso de transición de la universidad hacia la acreditación institucional.

En relación con los procedimientos para el diseño, revisión y mejora del título, el Proceso P03 - Diseño, seguimiento y mejora de los programas formativos define la sistemática para la actualización del programa, así como los mecanismos de suspensión o extinción y la coordinación de posibles títulos conjuntos o interuniversitarios. El autoinforme señala que el SGC se revisa y actualiza periódicamente a partir de la experiencia acumulada y de las exigencias de normativas y protocolos de evaluación externa, integrando el SGC UCA 3.0 como marco institucional de referencia. Entre las funciones de la CGC se incluyen la aprobación de la política de calidad, la aprobación de registros del sistema, la evaluación de acciones del Plan Director y la supervisión de aspectos clave relacionados con permanencia, TFM y seguimiento académico, lo que evidencia su papel central en el ciclo de calidad del título.

El sistema garantiza, además, la recogida y análisis de información mediante indicadores e evidencias vinculados a cada proceso, incluyendo tasas de rendimiento, éxito, abandono, graduación, eficiencia y duración media, así como indicadores de satisfacción del alumnado con el título, con la coordinación docente, con el TFM y con la orientación académica y profesional, junto con indicadores sobre recursos e infraestructuras. El autoinforme muestra que la disminución en determinados indicadores, especialmente de satisfacción, ha dado lugar a acciones concretas de mejora (focus group, entrevistas, reorganización de contenidos, reconfiguración de ponentes externos, refuerzo de actividades prácticas y ampliación de la orientación), evidenciando un uso real y efectivo de la información generada por el SGC para la toma de decisiones.

El Plan de Mejora del título se presenta estructurado, vincula de manera directa las recomendaciones derivadas de los informes de renovación de la acreditación con acciones específicas, detalla responsables, temporalización e indicadores de seguimiento y proporciona enlaces a evidencias documentales (reuniones, actividades de orientación, cronogramas). La trazabilidad entre diagnóstico, acción y evaluación confirma el despliegue eficaz del ciclo PDCA en el máster.

A la luz de estas evidencias, la comisión considera que el Sistema Interno de Garantía de Calidad del máster está formalizado, implantado y plenamente operativo, alineado con el modelo institucional SGC UCA 3.0, por lo que el criterio se valora como alcanzado.

Aspectos para la mejora del título

Se recomienda continuar avanzando en la centralización y accesibilidad de la documentación del SGC, de manera que los responsables académicos y los grupos de interés dispongan de un acceso más integrado a procesos, normativa, indicadores y evidencias, evitando la dispersión entre diferentes espacios institucionales.

Se recomienda reforzar la trazabilidad documental y pública del funcionamiento anual del SGC, sistematizando en

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	MIGUEL RAFAEL AGUILAR URBANO	28/01/2026	
VERIFICACIÓN	Pk2jmV6G7V2MTPRN7SBRUUF2VWSK5U	PÁG. 4/11	

un informe o resumen la información clave del título (indicadores, análisis, acuerdos de la CGC y acciones de mejora) para facilitar su comprensión por parte de los grupos de interés.

Se recomienda profundizar en la vinculación explícita entre los indicadores del SGC y las acciones de mejora recogidas en el Plan, destacando en futuros autoinformes cómo las medidas implantadas han influido en la evolución de tasas académicas, en la satisfacción del estudiantado y en la calidad de procesos clave como coordinación docente, TFM y orientación.

CRITERIO 3. DISEÑO, ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL PROGRAMA FORMATIVO

Se alcanza parcialmente

Justificación

El diseño del Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social se ajusta a la Memoria Verificada, manteniendo una estructura curricular coherente y actualizada. El autoinforme confirma que el desarrollo del plan de estudios se realiza sin incidencias significativas, con una adecuada adquisición de competencias y con la integración de las recomendaciones derivadas de procesos previos de seguimiento y renovación de la acreditación. El esquema visual del título, organizado en tres módulos (común, específico y de aplicación), se encuentra disponible a través de la información pública institucional.

La comisión constata que la modalidad de impartición es íntegramente presencial, tal y como establece la Memoria Verificada, sin que existan modalidades adicionales no autorizadas. Las metodologías docentes empleadas (clases teóricas, sesiones prácticas, seminarios, estudios de casos, trabajo guiado en salas de informática y actividades no presenciales de apoyo) son coherentes con dicha modalidad y con el perfil aplicado del programa.

En cuanto a los procesos normativos, el título aplica correctamente la normativa institucional de reconocimiento y convalidación de créditos, incluida la relativa al reconocimiento por experiencia profesional, así como la normativa general de permanencia de la UCA. El máster no contempla complementos formativos, de acuerdo con la Memoria. Los procedimientos relativos al TFM se desarrollan conforme a la normativa vigente, y las composiciones de tribunales y calificaciones se publican de forma transparente mediante enlaces institucionales.

Los criterios de admisión, el número de plazas ofertadas y el perfil de ingreso se corresponden con lo previsto en la Memoria Verificada. El autoinforme recoge información actualizada sobre la composición del estudiantado de nuevo ingreso, incluyendo la presencia de alumnado internacional, y presenta indicadores de acceso que evidencian una demanda adecuada y una tasa de ocupación elevada, lo que refleja la consolidación del máster en su ámbito.

Sin embargo, en el ámbito de la coordinación docente, aunque el título dispone de mecanismos formales de coordinación horizontal y vertical y ha puesto en marcha diversas acciones de mejora (revisión de contenidos para evitar duplicidades, reorganización de la participación de ponentes externos, implantación de un sistema compartido de documentación y desarrollo de proyectos transversales basados en WordPress), los indicadores de satisfacción del alumnado con la coordinación (ISGC-P04-10) muestran un descenso en el periodo analizado. Las entrevistas personales realizadas al estudiantado han permitido identificar problemas vinculados a la heterogeneidad en el enfoque de algunas asignaturas impartidas por profesorado externo y a la falta de un hilo conductor suficientemente definido entre materias.

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	MIGUEL RAFAEL AGUILAR URBANO	28/01/2026	
VERIFICACIÓN	Pk2jmV6G7V2MTPRN7SBRUUF2VWSK5U	PÁG. 5/11	

La comisión entiende que estas debilidades en la coherencia metodológica y en la continuidad pedagógica, pese a las actuaciones emprendidas, justifican que el criterio se valore como alcanzado parcialmente, al afectar a la experiencia formativa y a la percepción global del programa por parte del estudiantado.

Aspectos que deben ser subsanados

Se deben reforzar los mecanismos de coordinación docente, especialmente en lo relativo a la homogeneidad metodológica, la planificación conjunta y la coherencia interna entre asignaturas, asegurando la aplicación efectiva de las medidas ya iniciadas (revisión de contenidos, reorganización de ponentes externos, secuenciación de actividades y uso del sistema compartido de información). Este refuerzo debe orientarse a garantizar la continuidad pedagógica del programa y a mejorar los resultados de satisfacción del alumnado, en particular los reflejados en el indicador ISGC-P04-10.

CRITERIO 4. PROFESORADO

Se alcanza

Justificación

La comisión considera que el Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social cuenta con un profesorado altamente cualificado y adecuado a la naturaleza del programa. El equipo docente está integrado mayoritariamente por personal académico con amplia experiencia docente e investigadora, incluyendo un número significativo de doctores y de personal permanente, complementado con profesionales externos especializados en marketing digital y comunicación, lo que refuerza la orientación aplicada y la conexión con la práctica profesional. Los indicadores institucionales del SGC muestran que la casi totalidad del profesorado es doctor y permanente, lo que garantiza estabilidad y continuidad docente.

La distribución de la carga docente entre las diferentes áreas de conocimiento (principalmente Marketing y Comunicación, complementadas por Estadística, Lenguajes y Sistemas Informáticos, Organización de Empresas y Sociología) es equilibrada y coherente con el perfil interdisciplinar del título. El Anexo II del autoinforme evidencia que todas las asignaturas están cubiertas por profesorado con experiencia acreditada, sin atomización excesiva y con perfiles ajustados a cada bloque temático, lo que contribuye a la coherencia interna del programa.

La actividad del profesorado se evalúa mediante los procedimientos establecidos en el SGC, incluyendo encuestas institucionales de satisfacción del alumnado e indicadores específicos vinculados al Proceso P05. El autoinforme señala que la Comisión de Garantía de Calidad ha analizado los resultados docentes en diversas reuniones a lo largo del curso 2023/24 e integra esta información en la revisión del funcionamiento del programa. La satisfacción del alumnado con la actuación docente alcanza valores muy elevados (ISGC-P05-04 = 4,5/5), con una evolución positiva respecto al curso anterior, y la satisfacción del profesorado con el título (ISGC-P07-03 = 4,54/5) se mantiene estable en los últimos años, lo que refleja un clima docente favorable y una alta identificación del equipo con el programa.

Los procedimientos relativos al TFM y a las prácticas externas se encuentran claramente definidos. A partir de recomendaciones externas, el título ha reforzado de manera significativa el procedimiento de gestión del TFM, incorporando una guía detallada, un seminario inicial específico, tutorías grupales para unificar criterios y un

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	MIGUEL RAFAEL AGUILAR URBANO	28/01/2026	
VERIFICACIÓN	Pk2jmV6G7V2MTPRN7SBRUUF2VWSK5U	PÁG. 6/11	

procedimiento completo publicado en el campus virtual. Los indicadores de satisfacción con el proceso de TFM muestran una mejora respecto al curso anterior. En el caso de las prácticas extracurriculares, gestionadas a través de la plataforma ÍCARO, se asigna un tutor académico con funciones de orientación, seguimiento y evaluación, asegurando la coherencia de las actividades desarrolladas con las competencias del título.

A la vista de estas evidencias, la comisión concluye que el criterio se alcanza plenamente y que el máster dispone de un equipo docente suficiente, cualificado y bien valorado, capaz de garantizar un desarrollo académico sólido y alineado con los objetivos formativos del programa.

Aspectos para la mejora del título

Se recomienda continuar reforzando la participación del profesorado en acciones formativas institucionales, especialmente en ámbitos de innovación docente, actualización metodológica y uso avanzado de herramientas digitales, con el fin de consolidar la tendencia positiva ya observada y fortalecer la coherencia pedagógica del programa en línea con los estándares europeos de calidad.

CRITERIO 5. RECURSOS Y APOYO A LA DOCENCIA

Se alcanza parcialmente

Justificación

La comisión constata que el Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social dispone de recursos materiales, infraestructuras y servicios de apoyo adecuados para el desarrollo de sus actividades formativas. El programa cuenta con dos nuevas salas de informática equipadas con ordenadores actualizados y software específico, que permiten el trabajo práctico con herramientas propias del marketing digital. Asimismo, se ha habilitado un hosting propio para el desarrollo de páginas web y proyectos digitales aplicados, utilizado en varias asignaturas y financiado por el decanato, lo que refuerza la orientación profesionalizante del título.

A estos recursos específicos se suman las aulas equipadas, los servicios de biblioteca, las salas de estudio, los espacios de trabajo en grupo, los recursos audiovisuales y el campus virtual, todos ellos proporcionados por la UCA y adecuados al tamaño del grupo y a las necesidades metodológicas del máster. Los indicadores institucionales de satisfacción con recursos e infraestructuras muestran valores satisfactorios tanto en el alumnado (ISGC-P06-03) como en el profesorado (ISGC-P06-04), mantenidos en niveles similares a cursos anteriores y revisados en el marco del SGC por la CGC.

En lo relativo a las prácticas externas, aunque el título no contempla prácticas curriculares, fomenta la realización de prácticas extracurriculares gestionadas a través de la plataforma ÍCARO. El sistema de tutorización académica y profesional, las tareas asignadas y los criterios de evaluación se describen de forma clara en el autoinforme y se ajustan a las competencias del título; tanto el alumnado participante como los tutores profesionales expresan niveles positivos de satisfacción, lo que evidencia un despliegue adecuado y coherente de estas prácticas voluntarias.

Sin embargo, la comisión observa que el análisis del personal de apoyo (PAS y personal técnico) presenta limitaciones. Si bien el máster cuenta efectivamente con el apoyo operativo del personal administrativo, de

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	MIGUEL RAFAEL AGUILAR URBANO	28/01/2026	
VERIFICACIÓN	Pk2jmV6G7V2MTPRN7SBRUUF2VWSK5U	PÁG. 7/11	

biblioteca y de los servicios TIC del centro, el autoinforme no aporta indicadores institucionales específicos de satisfacción de este colectivo vinculados al título, sino únicamente la satisfacción del PAS con el centro de forma global. Tampoco se incluye un análisis detallado sobre la suficiencia cuantitativa del personal de apoyo asignado al programa ni su participación en los procesos de recogida de información o en los informes del SGC a nivel de título.

Esta carencia dificulta evaluar con precisión la contribución del personal de apoyo al funcionamiento del máster y cerrar adecuadamente el ciclo de mejora en esta dimensión. Por ello, la comisión considera que, pese a la adecuación general de los recursos materiales e infraestructuras, la falta de indicadores y análisis específicos sobre el personal de apoyo justifica la valoración de cumplimiento parcial del criterio.

Aspectos que deben ser subsanados

Se deben incorporar indicadores institucionales específicos sobre la satisfacción del personal de apoyo (PAS y personal técnico) vinculado al máster y realizar un análisis más detallado de su suficiencia cuantitativa en el marco del SGC, de forma que pueda valorarse adecuadamente su contribución al funcionamiento del título e integrarse esta información en el Plan de Mejora.

CRITERIO 6. RESULTADOS DEL PROGRAMA FORMATIVO

Se alcanza parcialmente

Justificación

La comisión considera que, desde el punto de vista del diseño metodológico y de los resultados de aprendizaje, el Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social presenta una coherencia adecuada con los descriptores del nivel MECES 3. El autoinforme señala que la implantación del plan de estudios se ajusta fielmente a la Memoria Verificada y que los resultados de aprendizaje se alcanzan de manera adecuada. Las asignaturas incorporan metodologías activas y aplicadas (análisis de campañas reales, resolución de casos, prácticas en salas de informática, proyectos de desarrollo web mediante WordPress, uso de Google Analytics y herramientas SEO/SEM), lo que favorece la adquisición de competencias avanzadas. El TFM exige la integración de conocimientos especializados, la aplicación de metodologías analíticas y la formulación de propuestas fundamentadas en contextos reales del marketing digital, en línea con los descriptores de nivel máster.

Las guías docentes describen de forma completa las actividades formativas, metodologías, sistemas de evaluación, cronogramas y competencias trabajadas, y el sistema de evaluación combina exámenes, trabajos aplicados, prácticas individuales y grupales y proyectos transversales vinculados a la creación y gestión de entornos digitales. La evaluación del TFM se realiza mediante tribunales oficiales, siguiendo procedimientos institucionales claros y públicos.

En cuanto a los resultados académicos, el autoinforme presenta la serie histórica completa de los indicadores del Proceso P04 (rendimiento, éxito, evaluación, abandono, graduación, eficiencia y duración media) para el periodo 2019/20 - 2023/24, así como información complementaria sobre la distribución de calificaciones por asignatura. Los datos muestran tasas de rendimiento elevadas y tasas de éxito cercanas al 100 %, junto con un incremento reciente en la tasa de abandono y una disminución de la tasa de graduación asociada parcialmente a la finalización del TFM.

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	MIGUEL RAFAEL AGUILAR URBANO	28/01/2026	
VERIFICACIÓN	Pk2jmV6G7V2MTPRN7SBRUUF2VWSK5U	PÁG. 8/11	

No obstante, la comisión aprecia que el análisis realizado sobre estos resultados es limitado. Aunque se aporta la información cuantitativa requerida e incluso se incluyen algunas observaciones puntuales, el autoinforme no desarrolla un estudio longitudinal estructurado de la serie histórica, no presenta comparativas cuantitativas con los valores del centro ni vincula de forma sistemática la evolución de los indicadores con decisiones concretas del Plan de Mejora.

En materia de satisfacción del alumnado, el título dispone de indicadores institucionales relevantes (satisfacción global con el programa, satisfacción con el TFM, satisfacción con la coordinación docente), cuyos valores y evolución se presentan en el autoinforme y han dado lugar a actuaciones de mejora. Sin embargo, no se aportan indicadores de satisfacción por asignatura, requisito específico de ACCUA para este criterio, ni se dispone de un indicador global del programa diferenciado por cohorte, lo que limita la capacidad del SGC para identificar áreas concretas de mejora y para valorar en profundidad la experiencia formativa de cada promoción.

Estas limitaciones en la explotación y análisis de la información disponible reducen la capacidad del título para utilizar plenamente los resultados académicos y de satisfacción en el ciclo de mejora continua. Por ello, la comisión considera que el criterio solo puede valorarse como alcanzado parcialmente.

Aspectos que deben ser subsanados

Se debe reforzar el análisis longitudinal de los indicadores académicos del título, incorporando un estudio sistemático de la serie temporal completa (rendimiento, éxito, evaluación, abandono, graduación, eficiencia y duración media), explicando variaciones entre cursos, posibles causas y desviaciones relevantes, e integrando este análisis en la revisión anual del SGC.

Se deben comparar los indicadores académicos del título con los valores del centro y, cuando proceda, con otras titulaciones afines, garantizando el análisis contextual requerido y facilitando la interpretación de los resultados.

Se deben incluir en el autoinforme los indicadores de satisfacción del alumnado desglosados por asignatura y disponer de un indicador específico de satisfacción global del programa diferenciado por cohorte, de manera que se garantice una valoración más completa de la experiencia formativa y se facilite la detección de áreas concretas de mejora.

Se deben integrar de forma explícita los resultados de satisfacción del alumnado (globales y por asignatura) en el ciclo PDCA del SGC, evidenciando su uso en la toma de decisiones y en la planificación de las acciones de mejora recogidas en el Plan de Mejora del título.

CRITERIO 7. ORIENTACIÓN ACADÉMICA, ORIENTACIÓN PROFESIONAL Y EMPLEABILIDAD

No se alcanza

Justificación

La comisión constata que el Máster Universitario en Dirección de Marketing Digital y Social desarrolla diversas actuaciones de orientación académica y profesional. El programa dispone de un plan de orientación estructurado que incluye sesiones específicas sobre el TFM, tutorías grupales e individuales, actividades dirigidas a abordar salidas profesionales, revisión de currículos y perfiles digitales, así como intervenciones de especialistas externos. Estas acciones se complementan con la información proporcionada a través de los canales institucionales y del campus virtual, contribuyendo a acompañar al estudiantado a lo largo de su trayectoria en el título.

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	MIGUEL RAFAEL AGUILAR URBANO	28/01/2026	
VERIFICACIÓN	Pk2jmV6G7V2MTPRN7SBRUUF2VWSK5U	PÁG. 9/11	

El autoinforme recoge los indicadores institucionales de satisfacción del alumnado con la orientación académica (ISGC-P06-01) y profesional (ISGC-P06-02), que cubren varios cursos académicos. No obstante, los valores que presentan en el último curso analizado son reducidos y muestran una evolución descendente. Aunque se mencionan algunas actuaciones puntuales en respuesta (como la incorporación de un coordinador de programa de doctorado y la participación de un especialista externo para reforzar la orientación profesional), el análisis de estos indicadores es limitado y no se desarrolla una interpretación sistemática de su evolución, comparaciones con los valores del centro ni una vinculación clara con el Plan de Mejora.

En relación con la empleabilidad, el autoinforme incorpora una serie temporal completa de los indicadores institucionales del Proceso P07 (tasas de inserción en cualquier sector, en sector relacionado, autoempleo, movilidad geográfica) y de satisfacción de egresados con los estudios y con las competencias adquiridas, junto con la tasa de respuesta de las encuestas. Sin embargo, pese a la amplitud de la información cuantitativa, el documento no desarrolla un análisis interpretativo de la evolución de estos indicadores, no ofrece comparativas con el centro u otras titulaciones ni establece una conexión explícita entre los resultados y decisiones del Plan de Mejora. Los valores de satisfacción de egresados son, en general, bajos y presentan una tendencia descendente en varios ejercicios, sin que se expliciten posibles causas ni actuaciones correctoras derivadas de su análisis.

Además, el autoinforme reconoce que no existe un indicador institucional específico de satisfacción de empleadores asociado al máster. No se recoge ningún dato, instrumento ni procedimiento formal de recogida de información sobre la satisfacción de las empresas que emplean a egresados, más allá de referencias cualitativas vinculadas a tutores profesionales de prácticas extracurriculares, que no pueden ser considerados como un indicador sistemático de empleadores en el sentido exigido por ACCUA.

De acuerdo con las directrices de ACCUA para este criterio, la ausencia de indicadores de satisfacción de empleadores, junto con la existencia de resultados de orientación y de satisfacción de egresados bajos y escasamente analizados, obliga a valorar el criterio como no alcanzado, al no poder evidenciarse un funcionamiento adecuado del sistema de orientación, empleabilidad y seguimiento de egresados integrado en el ciclo de mejora continua del título.

Aspectos que deben ser subsanados

Se debe reforzar el análisis sistemático de los indicadores ISGC-P06-01 e ISGC-P06-02, incorporando un estudio más profundo de su evolución, comparativas con los valores del centro u otras titulaciones afines y su vinculación explícita con decisiones y acciones del Plan de Mejora, de forma que la información relativa a orientación académica y profesional se utilice de manera efectiva para mejorar la satisfacción del alumnado.

Se debe desarrollar un análisis sistemático de los indicadores de empleabilidad (ISGC-P07-05, P07-06, P07-07 y P07-08), incluyendo la interpretación de tendencias, comparativas con los valores del centro y análisis del ajuste formación-empleo, e integrar este análisis en el ciclo PDCA del SGC para garantizar un uso efectivo de la información de empleabilidad en la planificación de mejoras.

Se debe desarrollar un instrumento formalizado para medir la satisfacción de empleadores, con un procedimiento estable de recogida de información, periodicidad definida e integración de este indicador en el Sistema Interno de Garantía de Calidad. Los resultados deberán recopilarse, analizarse e incorporarse en el autoinforme del próximo ciclo, vinculándolos explícitamente al Plan de Mejora.

Se debe incorporar un análisis sistemático de los indicadores de satisfacción de egresados (ISGC-P07-09 y P07-10), abordando la interpretación de tendencias (incluyendo el análisis de los descensos identificados), comparativas con los valores del centro, identificación de posibles causas y vinculación con acciones específicas del Plan de Mejora, de forma que estos resultados se utilicen de manera efectiva en la mejora continua del título.

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	MIGUEL RAFAEL AGUILAR URBANO	28/01/2026	
VERIFICACIÓN	Pk2jmV6G7V2MTPRN7SBRUUF2VWSK5U	PÁG. 10/11	

D. CONCLUSIONES DEL INFORME

El presente informe de seguimiento tiene como finalidad aportar información que ayude a las universidades a mejorar la calidad de la implantación de los títulos oficiales.

Córdoba, a fecha de la firma electrónica

EL DIRECTOR

Puede verificar la integridad de este documento mediante la lectura del código QR adjunto o mediante el acceso a la dirección https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma indicando el código de VERIFICACIÓN			
FIRMADO POR	MIGUEL RAFAEL AGUILAR URBANO	28/01/2026	
VERIFICACIÓN	Pk2jmV6G7V2MTPRN7SBRUUF2VWSK5U	PÁG. 11/11	