

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

INFORME ANUAL DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING CURSO 2018-2019

Elaborado por: Comisión de Calidad del título	Revisado por: Comisión de calidad del Centro	Aprobado por: Junta de Centro ¹
Fecha: 14/02/20	Fecha:	Fecha:
Firma	Firma	Firma

¹ Revisar el Procedimiento Soporte 005 para ajustarlo al cuadro de firmas.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

ÍNDICE

1.- DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA TITULACIÓN	3
2.- INDICADORES DEL TÍTULO	4
DEMANDA UNIVERSITARIA	4
RESULTADOS ACADÉMICOS	5
PROCESO ACADÉMICO	8
3.- VALORACIÓN DEL TÍTULO (CRITERIOS Y DIRECTRICES)	9
CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO	9
CRITERIO 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA	10
CRITERIO 3. SISTEMA DE ASEGURAMIENTO INTERNO DE CALIDAD (SAIC)	11
CRITERIO 4. PERSONAL ACADÉMICO	11
CRITERIO 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS	12
CRITERIO 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	13
CRITERIO 7. INDICADORES DE RESULTADOS	13
4.- PLAN DE MEJORAS	14
4.1. Cumplimiento del plan de mejoras del curso anterior (teniendo en cuenta los seguimientos y los informes de acreditación)	14
4.2. Plan de mejoras para el próximo curso (teniendo en cuenta los seguimientos y los informes de acreditación)	16

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

1.- DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA TITULACIÓN

DENOMINACIÓN	MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING
MENCIONES/ESPECIALIDADES	Especialidad en Aplicaciones de Marketing; Especialidad en Comercio y Ventas; Especialidad en Comunicación
NÚMERO DE CRÉDITOS	60
CENTRO(S) DONDE SE IMPARTE	Facultad de Ciencias Económicas Y Empresariales
NOMBRE DEL CENTRO	Facultad de Ciencias Económicas Y Empresariales
MENCIONES/ESPECIALIDADES QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO	Especialidad en Aplicaciones de Marketing; Especialidad en Comercio y Ventas; Especialidad en Comunicación
MODALIDAD(ES) EN LA QUE SE IMPARTE EL TÍTULO EN EL CENTRO Y, EN SU CASO, MODALIDAD EN LA QUE SE IMPARTEN LAS MENCIONES/ESPECIALIDADES	Presencial
AÑO DE IMPLANTACIÓN	2016-17
ENLACE WEB DE LA TITULACIÓN	https://www.unex.es/conoce-la-unex/centros/eco/titulaciones/info/presentacion?id=1194
ENLACE WEB DE LA COMISIÓN DE CALIDAD DEL TÍTULO	https://www.unex.es/conoce-la-unex/centros/eco/sgic/comision-de-calidad-de-las-titulaciones/copy_of_master-universitario-direccion-marketing
COORDINADOR/A DE LA COMISIÓN DE CALIDAD DEL TÍTULO	CLEMENTINA GALERA CASQUET
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS (VERIFICA)	30

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

2.- INDICADORES DEL TÍTULO

La definición y el cálculo de cada OBIN está detallada en el catálogo de indicadores de la UEX

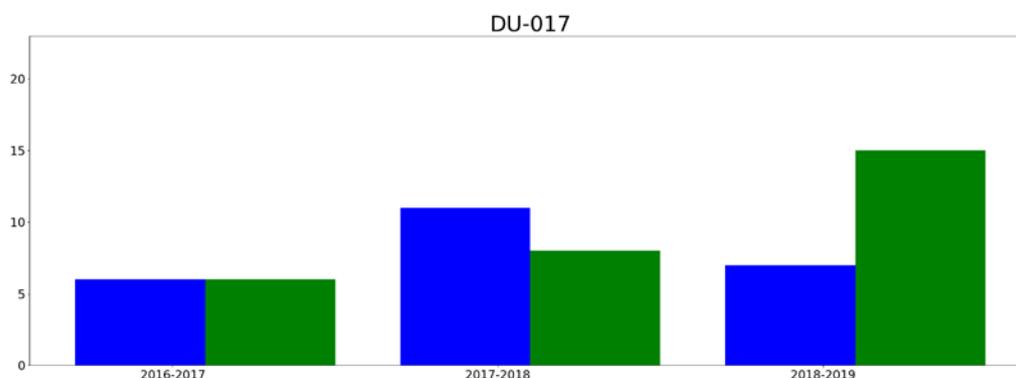
<https://www.unex.es/organizacion/servicios->

[universitarios/unidades/utec/archivos/ficheros/estadisticas-e-indicadores-](https://www.unex.es/organizacion/servicios-)

[universitarios/Catalogo_de_Indicadores.pdf](https://www.unex.es/organizacion/servicios-)

DEMANDA UNIVERSITARIA

OBIN_DU-017 Alumnos matriculados de nuevo ingreso en primer curso (Últimos 5 años)



■ hombres
■ mujeres

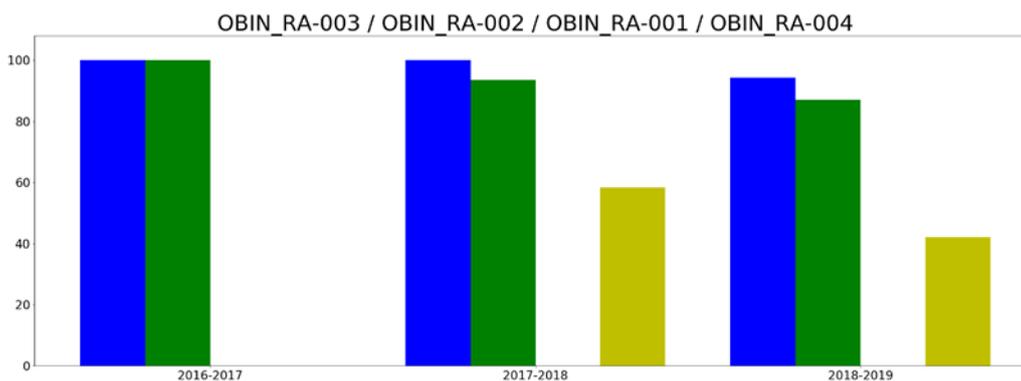
Reflexión sobre el indicador

Se observa una mejora muy significativa de este indicador. Tras tres años de funcionamiento, el máster ha alcanzado los 22 alumnos matriculados, es decir, se han cubierto un 73% de las plazas ofertadas. Destaca el atractivo del máster para alumnos iberoamericanos.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

RESULTADOS ACADÉMICOS

OBIN_RA-003 Tasa de éxito /OBIN_RA-002 Tasa de rendimiento /OBIN_RA-001 Tasa de abandono/ OBIN_RA-004 Tasa de graduación



Reflexión sobre el indicador

Las tasas de éxito y rendimiento se consideran adecuadas para un máster presencial, ubicándose por encima del 85%. Los alumnos procedentes de la titulación de Comunicación Audiovisual suelen ser los que tienen una mayor dificultad para aprobar las asignaturas.

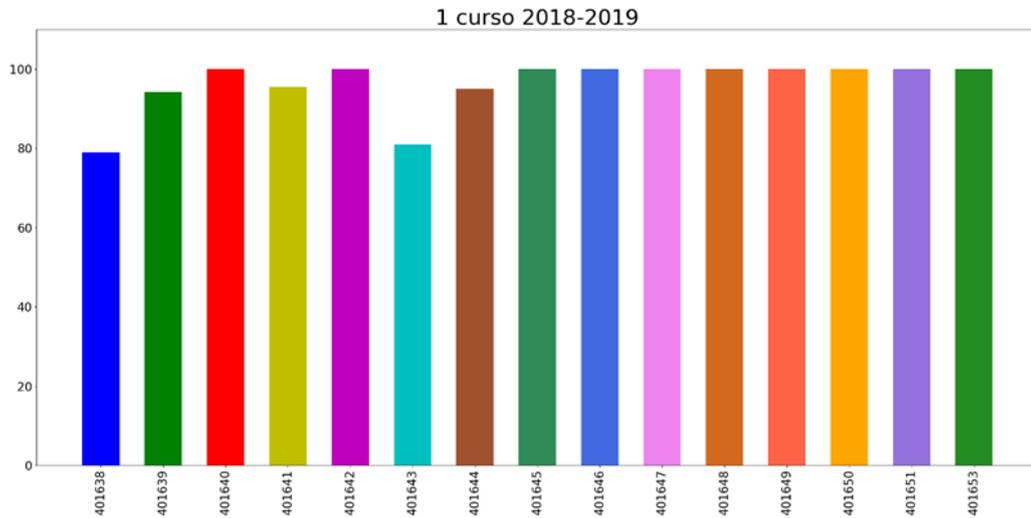
No existen abandonos de alumnos matriculados.

La tasa de graduación en el curso 2018/19 fue del 42,11%, inferior a la del curso anterior (58,3%). Se considera una tasa algo baja. Si se analizan los datos de aprobados en las distintas asignaturas se observa que la causa de esta tasa de graduación baja se debe a que hay un porcentaje muy alto de alumnos que superan todas las asignaturas presenciales pero no presentan su Trabajo Fin de Máster (TFM) en las convocatorias propias de su curso académico. Incentivar que los alumnos no retrasen tanto la presentación y defensa de su TFM es uno de los retos futuros del máster.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

Tasas de éxito por curso y asignaturas

Tasa de éxito asignaturas 1 curso



- 401638: ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL ENTORNO
- 401639: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
- 401640: DIRECCIÓN DE PRODUCTO Y MARCA
- 401641: DIRECCION DE COMUNICACIÓN COMERCIAL
- 401642: DIRECCIÓN DE DISTRIBUCIÓN Y PRECIO
- 401643: DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING
- 401644: TECNICAS Y APLICACIONES DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
- 401645: COMUNICACIÓN CORPORATIVA
- 401646: PUBLICIDAD Y PLANIFICACION DE MEDIOS
- 401647: MARKETING SECTORIAL
- 401648: RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MARKETING NO LUCRATIVO
- 401649: COMERCIO Y MARKETING ONLINE
- 401650: DIRECCIÓN DE VENTAS Y GESTIÓN DEL PUNTO DE VENTA
- 401651: TRABAJO FIN DE MASTER ESP. COMUNICACIÓN
- 401653: TRABAJO FIN DE MASTER ESP. COMERCIO Y VENTAS

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

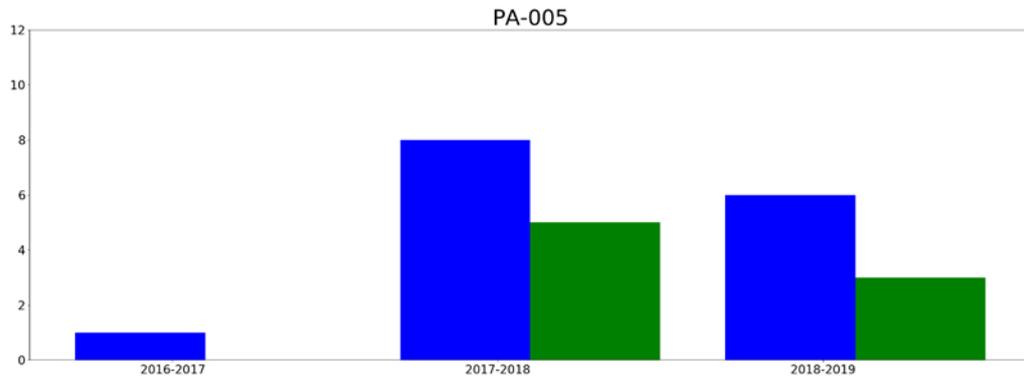
Reflexión sobre el indicador

Dadas las características del máster, con un número de reducido de alumnos que permite un proceso de enseñanza-aprendizaje bastante personalizado, consideramos que estas tasas de éxito son adecuadas y correctas.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

PROCESO ACADÉMICO

OBIN_PA-005 Alumnos egresados



- hombresEgresados
- mujeresEgresadas

Reflexión sobre el indicador

El número de alumnos egresados en el curso 2018/19 fue de 9, un número que se considera bajo. Como se mencionó al referirnos a la tasa de graduación, la causa de este hecho está en el retraso con el que los alumnos presentan y defienden su TFM. Son pocos los que lo hacen en alguna de las convocatorias de su curso académico.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

3.- VALORACIÓN DEL TÍTULO (CRITERIOS Y DIRECTRICES)

CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

	Se ajusta totalmente	No se ajusta totalmente
1.1. La implantación del plan de estudios y la organización del programa son coherentes con el perfil de competencias y objetivos del título recogidos en la memoria de verificación y/o sus posteriores modificaciones	X	
1.2. El número de plazas de nuevo ingreso respeta lo establecido en la memoria verificada.	X	
1.3. El título cuenta con mecanismos de coordinación docente (articulación horizontal y vertical entre las diferentes materias/asignaturas) que permiten tanto una adecuada asignación de la carga de trabajo del estudiante como una adecuada planificación temporal, asegurando la adquisición de los resultados de aprendizaje.	X	
1.4. Los criterios de admisión aplicados permiten que los estudiantes tengan el perfil de ingreso adecuado para iniciar estos estudios.	X	
1.5. La aplicación de la normativa de reconocimiento de créditos se realiza de manera adecuada.	X	

Reflexión sobre la ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO (motivos si no se ajusta totalmente)

Se ha solicitado a ANECA un cambio en la *Memoria Verificada* con relación a los criterios de admisión. Con ello se pretende dar respuesta satisfactoria a la creciente demanda detectada de titulados de perfil técnico (Ingeniero Industrial, Ingeniero Técnico Industrial, Ingeniero Técnico en Diseño Industrial, Ingeniero Agrónomo, Ingeniero Técnico Agrícola, principalmente). En este sentido, para cubrir las exigencias con relación al perfil de ingreso se solicitará que cuenten con un mínimo de 12 créditos en materias relacionadas con la gestión empresarial y económica.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

CRITERIO 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

	Se ajusta totalmente	No se ajusta totalmente
2.1. Los responsables del título publican información adecuada y actualizada sobre sus características, su desarrollo y sus resultados, incluyendo la relativa a los procesos de seguimiento y acreditación	X	
2.2. Los estudiantes matriculados en el título tienen acceso en el momento oportuno a la información relevante del plan de estudios y de los resultados de aprendizaje previstos	X	

Reflexión sobre la INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA (motivos si no se ajusta totalmente)

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

CRITERIO 3. SISTEMA DE ASEGURAMIENTO INTERNO DE CALIDAD (SAIC)

	Se ajusta totalmente	No se ajusta totalmente
3.1. La información obtenida a través de los diferentes procedimientos para la revisión y mejora del título, es analizada y fruto de este análisis se establecen, en su caso, las acciones de mejora oportunas	X	

Reflexión sobre el SISTEMA DE ASEGURAMIENTO INTERNO DE CALIDAD (SAIC) (motivos si no se ajusta totalmente)

CRITERIO 4. PERSONAL ACADÉMICO

	Se ajusta totalmente	No se ajusta totalmente
4.1. El personal académico vinculado al título es suficiente y adecuado a las características y número de estudiantes del título	X	

Reflexión sobre el PERSONAL ACADÉMICO (motivos si no se ajusta totalmente)

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

CRITERIO 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

	Se ajusta totalmente	No se ajusta totalmente
5.1. El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es suficiente y soporta adecuadamente la actividad docente del personal académico vinculado al título	X	
5.2. Los recursos materiales (las aulas y su equipamiento, espacios de trabajo y estudio, laboratorios, talleres y espacios experimentales, bibliotecas, etc.) se adecuan al número de estudiantes y a las actividades formativas programadas en el título	X	
5.3. En el caso de los títulos impartidos con modalidad a distancia/semipresencial, las infraestructuras tecnológicas y materiales didácticos asociados a ellas permiten el desarrollo de las actividades formativas y adquirir las competencias del título	X	
5.4. Los servicios de apoyo y orientación académica, profesional y para la movilidad puestos a disposición de los estudiantes una vez matriculados se ajustan a las competencias/resultados de aprendizaje pretendidos y a la modalidad del título	X	
5.5. En el caso de que el título contemple la realización de prácticas externas, éstas se han planificado según lo previsto y son adecuadas para la adquisición de las competencias del título.	--	

Reflexión sobre el PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS (motivos si no se ajusta totalmente)

Existe la posibilidad de prácticas extracurriculares. Son solicitadas por pocos alumnos, pero en todo caso son adecuadas a las competencias del título.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

CRITERIO 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

	Se ajusta totalmente	No se ajusta totalmente
6.1. Las actividades formativas, sus metodologías docentes y los sistemas de evaluación empleados son adecuados y se ajustan razonablemente al objetivo de la adquisición de los resultados de aprendizaje previstos	X	
6.2. Los resultados de aprendizaje alcanzados satisfacen los objetivos del programa formativo y se adecuan a su nivel del MECES	X	

Reflexión sobre el RESULTADOS DE APRENDIZAJE (motivos si no se ajusta totalmente)

--

CRITERIO 7. INDICADORES DE RESULTADOS

	Se ajusta totalmente	No se ajusta totalmente
7.1. La evolución de los principales datos e indicadores del título (número de estudiantes de nuevo ingreso por curso académico, tasa de graduación, tasa de abandono, tasa de eficiencia, tasa de rendimiento y tasa de éxito) es adecuada, de acuerdo con su ámbito temático y entorno en el que se inserta el título y es coherente con las características de los estudiantes de nuevo ingreso		X
7.2. El perfil de egreso definido (y su despliegue en competencias y resultados de aprendizaje en el plan de estudios) mantiene su relevancia y está actualizado según los requisitos de su ámbito académico, científico y	X	
7.3. Actuaciones y resultados relacionados con la empleabilidad e inserción laboral de los estudiantes y egresados del título.	X	

Reflexión sobre el INDICADORES DE RESULTADOS (motivos si no se ajusta totalmente)

La evolución creciente del número de estudiantes de nuevo ingreso es significativa, si bien todavía nos encontramos a cierta distancia (73%) de cubrir el 100% de las plazas ofertadas.

Otros de los aspectos que se debe mejorar es la tasa de graduación, frenada como ya se ha comentado por el retraso voluntario de los alumnos a retrasar la realización del Trabajo Fin de Máster, muchos de ellos por estar incorporados en el mercado laboral.

Aun se carece de datos oficiales sobre inserción laboral de los egresados del título.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

4.- PLAN DE MEJORAS

4.1. Cumplimiento del plan de mejoras del curso anterior (teniendo en cuenta los seguimientos y los informes de acreditación)

En este punto se incluye una valoración de las acciones de mejora tanto en el ámbito interno como en el ámbito externo de la titulación. Todo ello, elaborado a partir del Informe Anual del Máster Universitario en Dirección de Marketing (2017/2018), realizado por la Comisión de Calidad del título, revisado por la Comisión de Calidad del Centro, y aprobado por la Junta de Centro. También se ha tenido en cuenta el Informe Final de Evaluación para la Renovación de la Acreditación, de fecha 7 de enero de 2019, firmado por el Director de la ANECA.

	Acción de Mejora	¿Implantación?			Observaciones
		Sí	Parcialmente	No	
1	Acción de mejora (interna) Establecer una planificación de conferencias (habituales y/o nuevas), repartidas de forma equilibrada a lo largo de cada semestre.	X			Las conferencias profesionales han tenido una buena acogida por parte de los estudiantes. Se entiende como un complemento fundamental para el desarrollo de su formación, a la vez que les ayuda a proyectar su carrera profesional.
2	Acción de mejora (interna) Búsqueda y selección de empresas especializadas en comunicación e investigación de mercados (fuera y/o dentro de la región) para las prácticas extracurriculares.		X		El Centro, a través del Vicedecanato correspondiente para las prácticas en empresa, tiene una alta sensibilidad con este tema y siempre ha dedicado todos sus esfuerzos a conseguir nuevas empresas. Ahora bien, dada la temática del título, las empresas en más de una ocasión se han tenido que buscar fuera de la región.
3	Acción de mejora (externa) Efectuar reconocimientos de créditos en el título de acuerdo con los reflejados en la memoria verifica. En este sentido, en la información que se genere desde la Facultad sobre los	X			

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

	<p>expedientes de reconocimiento de créditos debe figurar una serie de datos identificativos de la institución de origen y el carácter del título por el que se han efectuado reconocimiento de créditos.</p>				
4	<p>Acción de mejora (externa)</p> <p>Publicar en la página web del título las competencias a adquirir por los estudiantes.</p>			X	<p>Al consultar el título en la web institucional www.unex.es y pinchar en la pestaña de "Competencias" del título no aparece nada. Tampoco se observa una pestaña específica en la página web del Centro www.ecouex.es</p>
5	<p>Acción de mejora (externa)</p> <p>Publicar en la página web del título la información relativa al reconocimiento de créditos que se aplica a los estudiantes del título.</p>			X	<p>Al consultar el título en la web institucional www.unex.es y pinchar en la pestaña de "Reconocimiento de créditos" del título no aparece nada. Tampoco se observa una pestaña específica en la página web del Centro www.ecouex.es</p>
6	<p>Acción de mejora (externa)</p> <p>Habilitar un enlace a la Unidad de Atención al Estudiante de la Universidad de Extremadura, o servicios similares, en la que se ofrezcan servicios de apoyo a las personas con discapacidad y necesidades específicas educativas.</p>			X	<p>Al consultar el título en la web institucional www.unex.es no se observa una pestaña denominada "Unidad de Atención al Estudiante", o equivalente. Tampoco se observa dicha pestaña, o equivalente, en la página web del Centro www.ecouex.es</p>
7	<p>Acción de mejora (externa)</p> <p>Realizar un seguimiento de la implantación de las acciones destinadas a conseguir el aumento del número de estudiantes que</p>		X		<p>La Comisión de Calidad ha puesto todos sus esfuerzos desarrollando un proceso de propuestas de líneas y de asignación de tutor, pero también es cierto que el Centro, a través de su Vicedecanato correspondiente, no tiene establecido para los TFM, un proceso de</p>

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

	presentan el TFM en el curso académico de referencia.				asignación equivalente al de los TFG.
8	<p>Acción de mejora (externa)</p> <p>Aplicar los diferentes procedimientos destinados a medir la percepción de la adecuación del perfil de egreso y la satisfacción global con el título de los egresados, con el objeto de que los datos obtenidos puedan ser analizados con el fin de la posible introducción de mejoras al título.</p>		X		<p>La UEX realiza el estudio de satisfacción anualmente, pero el estudio sobre el perfil de egreso no se realiza con la temporalidad adecuada (se lleva a cabo cada tres años y en la actualidad no se tienen datos).</p>
9	<p>Acción de mejora (externa)</p> <p>Realizar estudios de inserción laboral de los egresados del título, con el objeto de que la información recogida pueda servir como elemento de análisis, revisión y posible mejora del título.</p>		X		<p>La Comisión de Calidad en la medida de sus posibilidades ha tratado de crear una base de datos para poder recopilar esta información, lo cual no significa que no esté exento de dificultades. La Universidad de Extremadura en este sentido cuenta con los recursos necesarios para poder llevar a cabo este tipo de estudios relativos a la inserción laboral de los estudiantes del título. Asimismo, los datos de inserción laboral se llevan a cabo transcurridos tres años desde que finalizan los estudios. El curso 2018/2019 fue el tercer año de la puesta en marcha del título, pero tras la correspondiente consulta en la web institucional www.unex.es, todavía no están los datos de inserción laboral, que se entiende debe elaborar la Universidad de Extremadura, y recogerlo en su Observatorio de Indicadores.</p>

4.2. Plan de mejoras para el próximo curso (teniendo en cuenta los seguimientos y los informes de acreditación)

	Acción de Mejora (descripción)	Responsable de la ejecución	Plazo o momento de ejecución	Observaciones
1	Publicar en la página web del título las competencias a adquirir por los estudiantes.	Vicedecanato con competencias	Segundo semestre	
2	Publicar en la página web del	Vicedecanato con	Segundo	

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

	título la información relativa al reconocimiento de créditos que se aplica a los estudiantes del título.	competencias	semestre	
3	Habilitar un enlace a la Unidad de Atención al Estudiante de la Universidad de Extremadura, o servicios similares, en la que se ofrezcan servicios de apoyo a las personas con discapacidad y necesidades específicas educativas.	Vicedecanato con competencias	Segundo semestre	
4	Realizar un seguimiento de la implantación de las acciones destinadas a conseguir el aumento del número de estudiantes que presentan el TFM en el curso académico de referencia.	Comisión de Calidad y Vicedecanato con competencias	A lo largo del curso	Es importante que alumnos y profesores reflexionen sobre la posibilidad de realizar el TFM (6 créditos) a corto plazo.
5	Aplicar los diferentes procedimientos destinados a medir la percepción de la adecuación del perfil de egreso y la satisfacción global con el título de los egresados, con el objeto de que los datos obtenidos puedan ser analizados con el fin de la posible introducción de mejoras al título.	Universidad de Extremadura y Centro	De seis a doce meses tras finalizar el título	
6	Realizar estudios de inserción laboral de los egresados del título, con el objeto de que la información recogida pueda servir como elemento de análisis, revisión y posible mejora del título.	Universidad de Extremadura	A lo largo del curso	
7	Establecer una planificación de conferencias distribuidas de forma equilibrada a lo largo de cada semestre.	Comisión de Calidad	Primero y segundo semestre	Solicitar el material a los conferenciantes y elaborar un único documento en PDF, que se hará extensivo a todos los alumnos del máster a través del campus virtual de alguna de las asignaturas obligatorias del segundo semestre.
8	Búsqueda y selección de empresas especializadas en comunicación, marketing e investigación de mercados (fuera y/o dentro de la región) para las prácticas extracurriculares	Vicedecanato correspondiente	A lo largo del curso	Se tendrá en cuenta que la mayor parte de la demanda por parte del alumnado es en el período de verano
9	Creación y publicación de una	Profesores de la	A lo largo del	El objetivo es que alumno y tutor

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2018-2019	Código: 1194	

	<i>guía de seguimiento</i> del proceso de elaboración del TFM, en la cual se especifique un conjunto de rúbricas de evaluación.	titulación	curso	tengan unas referencias concretas de los aspectos, criterios y apartados que servirán de base para la evaluación del trabajo por parte del Tribunal. Las rubricas deberán fijarse de modo específico para cada una de las tipologías de TFM más habituales en el Máster de Dirección de Marketing (trabajos teóricos de revisión bibliográfica, planes de marketing, planes de comunicación, estudios de mercado, estudios de casos...)
10	Crear una base de datos interna con los alumnos egresados para conocer su inserción laboral	Comisión de Calidad	A partir de seis meses desde la finalización del máster	