

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2020-2021	Código: 1194	

INFORME ANUAL DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING CURSO 2020-2021

Elaborado por: Comisión de Calidad del título	Revisado por: Comisión de calidad del Centro	Aprobado por: Junta de Centro ¹
Fecha: 26-1-2022	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: 2020-2021	Código: 1194	

ÍNDICE

1.- DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA TITULACIÓN	3
2.- INDICADORES DEL TÍTULO	4
DEMANDA UNIVERSITARIA	4
RESULTADOS ACADÉMICOS	5
PROCESO ACADÉMICO	7
3.- VALORACIÓN DEL TÍTULO (CRITERIOS Y DIRECTRICES)	8
CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO	8
CRITERIO 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA.....	9
CRITERIO 3. SISTEMA DE ASEGURAMIENTO INTERNO DE CALIDAD (SAIC)	10
CRITERIO 4. PERSONAL ACADÉMICO	10
CRITERIO 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS	11
CRITERIO 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE	12
CRITERIO 7. INDICADORES DE RESULTADOS	12
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).....	15

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2020-2021	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	2015-16
ENLACE WEB DE LA TITULACIÓN	https://www.unex.es/conoce-la-uex/centros/eco/titulaciones/info/presentacion?id=1194
ENLACE WEB DE LA COMISIÓN DE CALIDAD DEL TÍTULO	https://www.unex.es/conoce-la-uex/centros/eco/sgic/comision-de-calidad-de-las-titulaciones/copy_of_master-universitario-direccion-marketing
COORDINADOR/A DE LA COMISIÓN DE CALIDAD DEL TÍTULO	José Ángel López Sánchez
PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS (VERIFICA)	30

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2020-2021	Código: 1194	

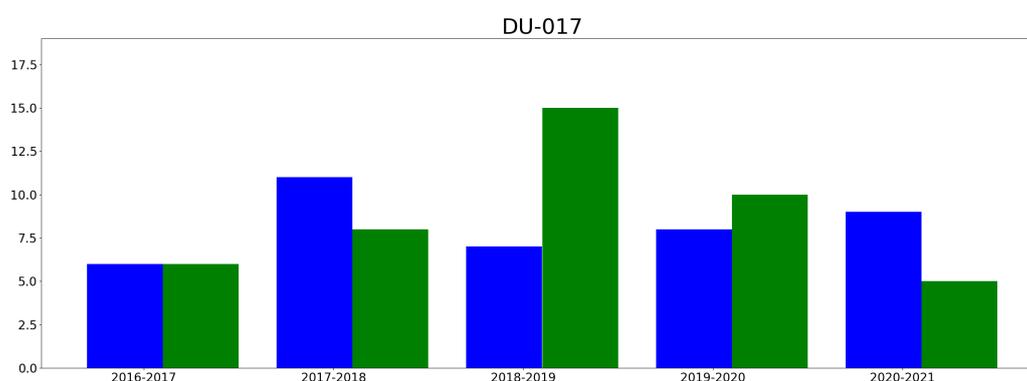
2.- INDICADORES DEL TÍTULO

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-universitarios/Catalogo_de_Indicadores.pdf

DEMANDA UNIVERSITARIA

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



■ hombres
■ mujeres

Reflexión sobre el indicador

En el curso 2020/21 se han cumplido 5 años de la puesta en funcionamiento del Máster y se ha observado una reducción del número de alumnos matriculados. Solo 14 alumnos, es decir un 47% de las 30 plazas ofertadas. La evolución del número de matrículas nuevas desde que se puso en funcionamiento el máster en el curso 2016/17 ha sido: 12, 19, 22, 18 y 14.

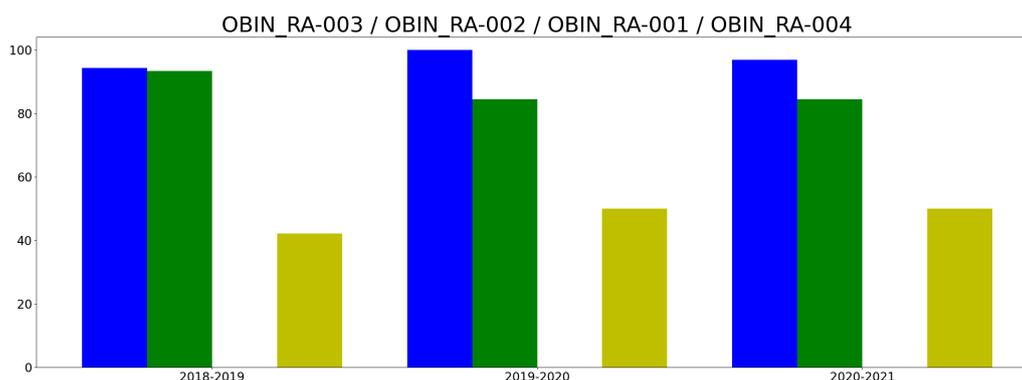
Esta Comisión considera que la reducción del número de matriculados se debe en gran medida a las limitaciones de desplazamientos internacionales que ha conllevado la pandemia por COVID-19, puesto que ha provocado una reducción drástica del número de alumnos latinoamericanos que han viajado a la UEx para cursar el Máster. Si en el curso anterior (2019/20) fueron 8 alumnos los que procedían de universidades extranjeras (un 44% del total), en el curso académico que se analiza solo estuvo matriculada 1 alumna extranjera (un 7% del total); en concreto, procedente de Ecuador.

A pesar de este descenso de alumnos, sigue siendo el Máster que más alumnos tiene de los ofertados por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (con el doble de alumnos que el siguiente).

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2020-2021	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 en niveles entorno al 90%. Los alumnos procedentes de la titulación de Comunicación Audiovisual suelen ser los que tienen una mayor dificultad para aprobar las asignaturas (en este curso hubo 2).

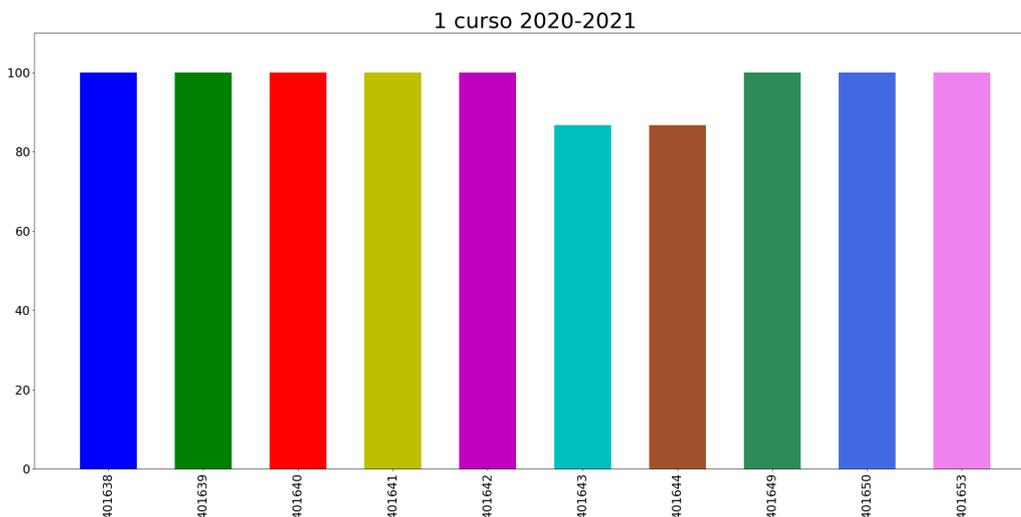
No existen abandonos de alumnos matriculados.

La tasa de graduación en el curso analizado fue del 50%, igual que la del curso anterior. Volvemos a recalcar, otro año, que 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 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. En el curso 20/21, solo el 6,67% de los alumnos presentaron (y aprobaron) su TFM. Incentivar que los alumnos no retrasen tanto la presentación y defensa de su TFM sigue siendo uno de los retos futuros del máster.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2020-2021	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
- 401649: COMERCIO Y MARKETING ONLINE
- 401650: DIRECCIÓN DE VENTAS Y GESTIÓN DEL PUNTO DE VENTA
- 401653: TRABAJO FIN DE MASTER ESP. COMERCIO Y VENTAS

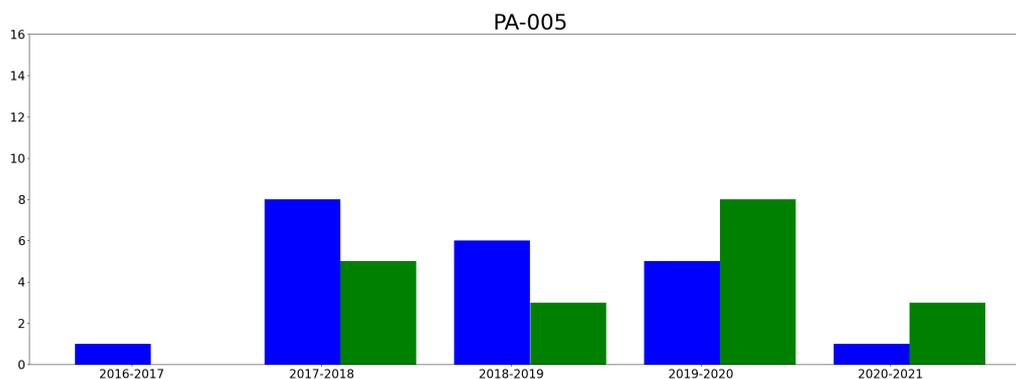
Reflexión sobre el indicador

Dadas las características del máster, con un número reducido de alumnos que permite un proceso de enseñanza-aprendizaje bastante personalizado, consideramos que estas tasas de éxito son adecuadas y correctas. Los alumnos que no superan una asignatura en su primera convocatoria la superan en la segunda, correspondiente al mismo curso académico. Solo las 2 asignaturas obligatorias del segundo semestre presentan una tasa de éxito inferior al 100% (en concreto, del 86,67%). La Comisión considera que la causa principal es que varios alumnos comenzaron a trabajar durante el segundo semestre y eso supuso una merma en su dedicación y rendimiento académico.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2020-2021	Código: 1194	

PROCESO ACADÉMICO

OBIN_PA-005 Alumnos egresados



- hombresEgresados
- mujeresEgresadas

Reflexión sobre el indicador

El número de alumnos egresados en el curso 2020/21 fue de tan solo 3, muy por debajo de cursos anteriores. 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. De hecho, todos los alumnos que defendieron el TFM en este curso eran alumnos de cursos anteriores a los que solo les quedaba presentar el TFM.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2020-2021	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)

Para dar una respuesta satisfactoria a la creciente demanda del Máster detectada entre titulados de perfil técnico (Ingeniero Industrial, en Diseño Industrial y Agrónomo, principalmente) se continúan los trámites necesarios para dar cabida a este otro nuevo perfil de ingreso.

Las nuevas herramientas incorporadas a la planificación de las enseñanzas, como la *agenda del estudiante*, suponen un refuerzo de la coordinación docente respecto a la adecuada asignación de la carga de trabajo del estudiante.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2020-2021	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)

La información sobre el título, planes de estudio, competencias, salidas profesionales..., accesible desde la página web del centro (<https://www.unex.es/conoce-la-uex/centros/eco/titulaciones/postgrado>), así como el uso de la plataforma de campus virtual de la Uex (<https://campusvirtual.unex.es/portal/>) asegura la disponibilidad en todo momento de la información.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2020-2021	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)

El adecuado funcionamiento de la *Comisión de Calidad del Título*, con reuniones periódicas, junto con la supervisión por parte de la *Comisión de Garantía de Calidad del Centro* son claros indicadores de la continua revisión del desarrollo del título orientada a su mejora.

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: 2020-2021	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 únicamente por unos pocos alumnos, pero en todo caso son adecuadas a las competencias del título.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2020-2021	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)

Aunque en los dos últimos cursos el número de matriculados se ha visto reducido, puede pensarse que en gran parte se debe a las consecuencias de la pandemia, que ha frenado la llegada de alumnos extranjeros. Dentro del entorno de la Uex y el centro, de modo

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2020-2021	Código: 1194	

comparativo el máster tiene un volumen de entrada de alumnos que puede considerarse aceptable o satisfactorio

La tasa de graduación sigue siendo uno de los aspectos a reforzar. El retraso voluntario de los alumnos en la realización del Trabajo Fin de Máster, muchos de ellos por estar incorporados en el mercado laboral, es la causa que explica esta baja tasa.

En cuanto a la empleabilidad e inserción laboral de los estudiantes y egresados del título se carece de datos oficiales en este sentido.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2020-2021	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)

A partir del Informe Anual del Máster Universitario en Dirección de Marketing 2019-2020, elaborado por la Comisión de Calidad del título, revisado por la Comisión de Calidad del Centro, y aprobado por la Junta de Centro, se valora a continuación el grado de cumplimiento de las acciones de mejora propuestas.

	Acción de Mejora	¿Implantación?			Observaciones
		Sí	Parcialmente	No	
1	Publicar en la página web del título: - Competencias a adquirir por los estudiantes. - Reconocimiento de créditos que se aplica. - Enlace a la Unidad de Atención al Estudiante de la UEx donde se informe de los servicios de apoyo a los alumnos con discapacidad y necesidades específicas educativas.			X	Al consultar el título en la web institucional www.unex.es y pinchar tanto en la pestaña de "Competencias" como en la de "Reconocimiento de créditos" del título no aparece nada. Tampoco se observa en el espacio habilitado para el título en dicha web institucional una pestaña denominada "Unidad de Atención al Estudiante" o equivalente.
2	Continuar mejorando y desarrollo el proceso destinado a concienciar a los alumnos desde el principio de curso de la elección de tema y tutor del TFM, y compartir la información entre los profesores de la situación concreta de cada alumno respecto a la elaboración del TFM.		X		Se ha creado una base de datos colaborativa y compartida por los profesores del título para hacer un seguimiento del proceso de diseño y desarrollo del TFM (elección de tutor, elección de tema, planteamiento de trabajo, defensa,...).
3	Desarrollar un catálogo de profesionales, colaboradores externos y temas de interés para la planificación de un programa de conferencias distribuidas a lo largo de cada semestre.			X	Dada la situación de pandemia durante el curso académico, se decidió posponer el desarrollo de un programa de conferencias complementarias a los contenidos del plan de estudio oficial.
4	Creación de una base de datos de los alumnos egresados con información sobre su inserción laboral.		X		Se dispone de una base de datos de alumnos egresados, pero no está actualizada respecto a información sobre su inserción laboral actualizada. La Universidad de Extremadura es la encargada de realizar los estudios de inserción laboral.
5	Elaboración y ejecución de un plan de comunicación y promoción del Máster entre los alumnos de último curso de los Grados de la Facultad de Económicas y otros centros afines.		X		Los profesores del Máster Universitario en Dirección de Marketing, que también imparten en el Itinerario de Marketing del último curso del Grado en Administración y Dirección de Empresas, han comunicado a los alumnos de dicho Itinerario lo relevante y oportuno de cursar los estudios del Máster. La Universidad de Extremadura es la responsable de comunicar a la ciudadanía la oferta de títulos que pone a su disposición.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN		logo_centro
	Curso: 2020-2021	Código: 1194	

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: - Competencias a adquirir por los estudiantes. - Reconocimiento de créditos que se aplica. - Enlace a la Unidad de Atención al Estudiante de la UEx donde se informe de los servicios de apoyo a los alumnos con discapacidad y necesidades específicas educativas.	Vicedecanato con competencias	Segundo semestre	
2	Continuar mejorando y desarrollo el proceso destinado a concienciar a los alumnos desde el principio de curso de la elección de tema y tutor del TFM, y compartir la información entre los profesores de la situación concreta de cada alumno respecto a la elaboración del TFM.	Comisión de Calidad y profesores del título	A lo largo del curso	
3	Desarrollar un catálogo de profesionales, colaboradores externos y temas de interés para la planificación de un programa de conferencias distribuidas a lo largo de cada semestre.	Comisión de Calidad y Vicedecanato con competencias	A lo largo del curso	
4	Creación de una base de datos de los alumnos egresados con información sobre su inserción laboral.	Comisión de Calidad	A partir de seis meses desde la finalización del Máster	
5	Elaboración y ejecución de un plan de comunicación y promoción del Máster entre los alumnos de último curso de los Grados de la Facultad de Económicas y otros centros afines.	Comisión de Calidad y Vicedecanato con competencias	Segundo Semestre	Se constata que gran parte de los alumnos de último curso de los grados de la Facultad desconocen la oferta de título de Máster del Centro