

	INFORME ANUAL DEL MASTER UNIVERSITARIO DE DIRECCIÓN DE MARKETING		
	CURSO: 2016/17	CÓDIGO: PR/SO005	

INFORME ANUAL DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING CURSO 2016/17

Elaborado por: Comisión de Calidad del Máster Universitario en Dirección de Marketing	Revisado por: Comisión de calidad del Centro	Aprobado por: Junta de Centro
Fecha: 25/01/21018	Fecha: 8/Marzo/2018	Fecha: 15/Marzo/2018
Firma	Firma	Firma

	INFORME ANUAL DEL MASTER UNIVERSITARIO DE DIRECCIÓN DE MARKETING		
	CURSO: 2016/17	CÓDIGO: PR/SO005	

ÍNDICE

1. Datos identificativos de la titulación	3
a. Datos Generales	3
b. Miembros de las comisiones de calidad	3
c. Histórico reuniones del año	4
2. Dimensiones y Criterios de la Guía de Autoevaluación: Renovación de la Acreditación de Títulos Oficiales de Grado, Máster y Doctorado	4
2.1- Dimensión 1. Gestión Del Título	4
Criterio 0. Evolución del título en el último curso	5
Criterio 1. Organización Y Desarrollo	5
Criterio 2. Información Y Transparencia	7
2.2.- Dimensión 2. Recursos	9
Criterio 4. Personal Académico	9
Criterio 5. Personal De Apoyo, Recursos Materiales Y Servicios	10
2.3.- Dimensión 3. Resultados	10
Criterio 6. Resultados De Aprendizaje	10
Criterio 7. Indicadores De Satisfacción Y Rendimiento	10
3. Plan de mejoras Interno	10
4. Plan de mejoras externo	12

	INFORME ANUAL DEL MASTER UNIVERSITARIO DE DIRECCIÓN DE MARKETING		
	CURSO: 2016/17	CÓDIGO: PR/SO005	

1.- DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA TITULACIÓN

a. Datos Generales

DENOMINACIÓN	MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING
MENCIONES/ESPECIALIDADES	COMUNICACIÓN / APLICACIONES DE MARKETING / COMERCIO Y VENTAS
NÚMERO DE CRÉDITOS	60 CRÉDITOS
CENTRO(S) DONDE SE IMPARTE	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
NOMBRE DEL CENTRO	FACULTA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
MENCIONES/ESPECIALIDADES QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO	COMUNICACIÓN / APLICACIONES DE MARKETING / COMERCIO Y VENTAS
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
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	Clementina Galera Casquet
ACCESO AL REPOSITORIO DOCUMENTAL DE EVIDENCIAS	https://www.unex.es/conoce-la-uex/centros/eco/sgic/comision-de-calidad-de-las-titulaciones/copy_of_master-universitario-direccion-marketing/actas

b. Miembros de la comisión de calidad

Nombre y apellidos	Cargo en la comisión	PDI/PAS/Estudiante	Fecha de nombramiento en Junta de Centro
Lidia Andrades Caldito		PDI	14 noviembre de 2016
Antonio Chamorro Mera	Secretario	PDI	14 noviembre de 2016
Alejandro del Moral Agúndez		PDI	14 noviembre de 2016
Montserrat Díaz Méndez		PDI	14 noviembre de 2016
Clementina Galera Casquet	Coordinadora	PDI	14 noviembre de 2016
José Ángel López Sánchez		PDI	14 noviembre de 2016

	INFORME ANUAL DEL MASTER UNIVERSITARIO DE DIRECCIÓN DE MARKETING		
	CURSO: 2016/17	CÓDIGO: PR/SO005	

Mercedes Rodríguez Trenado		PAS	14 noviembre de 2016
Oswaldo López Rodríguez		Estudiante	14 noviembre de 2016
Sergio Lorigo Contreras		Estudiante	14 noviembre de 2016

c. Histórico de reuniones del curso

Reunión	Temas tratados	Fecha de reunión	Enlace al acta
1ª	Punto 1: Validación de los planes docentes para el curso 2016-2017	28 de julio de 2016	https://www.unex.es/conoce-la-ueex/centros/eco/sgic/comision-de-calidad-de-las-titulaciones/copy_of_master-universitario-direccion-marketing/actas
2ª	Punto 1: Situación del Máster en Dirección de Marketing Punto 2: Elección de Secretario/a Comisión de Calidad Punto 3: Propuesta de medidas para la mejora continua del Master en Dirección de Marketing Punto 3: Ruegos y preguntas	21 de octubre de 2016	https://www.unex.es/conoce-la-ueex/centros/eco/sgic/comision-de-calidad-de-las-titulaciones/copy_of_master-universitario-direccion-marketing/actas
3ª	Punto 1: Aprobación, si procede, del acta de la última reunión. Punto 2: Validación, si procede, de los planes docentes para el curso 2017-2018 Punto 3: Información general de la situación del master y propuestas de mejora. Punto 4: Ruegos y preguntas	3 de julio de 2017	https://www.unex.es/conoce-la-ueex/centros/eco/sgic/comision-de-calidad-de-las-titulaciones/copy_of_master-universitario-direccion-marketing/actas

2.- CUMPLIMIENTO DE LOS CRITERIOS Y DIRECTRICES^{1,2}

CRITERIO 0. EVOLUCIÓN DEL TÍTULO EN EL ÚLTIMO CURSO

Se trata del primer año de impartición del título (curso 2016/17). No obstante, por los datos que se pueden avanzar en la fecha de realización del informe el número de alumnos se ha incrementado considerablemente.

¹ <http://www.aneca.es/Programas/ACREDITA/Documentacion-del-programa/Guia-de-Autoevaluacion>

² <http://eurace.iie.aneca.es/eurace.html>

	INFORME ANUAL DEL MASTER UNIVERSITARIO DE DIRECCIÓN DE MARKETING		
	CURSO: 2016/17	CÓDIGO: PR/SO005	

2.1- DIMENSIÓN 1. GESTIÓN DEL TÍTULO

CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

El título de Máster Universitario en Dirección de Marketing (MUDM), como recoge la memoria verificada, tiene como objetivo básico la formación de los estudiantes en el ámbito de la dirección comercial y de marketing, área de suma relevancia en el contexto empresarial actual considerablemente competitivo. La oferta para cualquier tipo de producto es muy amplia y variada, y por ello para cualquier organización lograr demanda para sus bienes implica un esfuerzo comercial y de investigación bien gestionado, que precisa de conocimientos y competencias específicos. Por lo apuntado anteriormente pensamos que el perfil general de egreso definido para el título de Dirección de Marketing es de gran relevancia y vigente.

Aparte de lo ya señalado es cierto que en un entorno de negocios como el actual ampliamente dominado por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, por la red internet y por las redes sociales, creemos que el perfil de egreso y su despliegue en el plan de estudios debe ir progresivamente recogiendo estas tendencias con mayor intensidad. Ello debería reflejarse, pensamos, no directamente con nuevas materias, sino con la introducción de nuevos contenidos en cada una de las asignaturas que recojan esta nueva orientación de los negocios y la nueva forma de enfocar la dirección de marketing y la comercialización por parte de las organizaciones en la actualidad.

La Comisión de Calidad del título en el transcurso de sus reuniones aborda el problema de la complementariedad y no solapamiento de los contenidos de las diferentes asignaturas del título. La supervisión de los programas docentes antes del inicio de cada curso académico ayuda a conseguir este propósito, así como a la adecuada planificación temporal y asignación de carga de trabajo al estudiante.

Los diferentes criterios de evaluación programados para cada asignatura, así como la presentación y defensa del trabajo final de estudio permiten asegurar que los resultados de aprendizaje fijados en la memoria del título sean conseguidos por los egresados.

Todos los estudiantes admitidos en el título presentaban una formación de entrada relacionada en mayor o menor medida con la dirección de empresas y la economía, lo que ha garantizado que los mismos hayan podido asumir de modo conveniente los contenidos impartidos en las diferentes materias. Las competencias mínimas necesarias para el seguimiento de los contenidos y lograr la adquisición de las competencias programadas para el título, pensamos, se asegura con los criterios de admisión actualmente fijados.

	INFORME ANUAL DEL MASTER UNIVERSITARIO DE DIRECCIÓN DE MARKETING		
	CURSO: 2016/17	CÓDIGO: PR/SO005	

El número de plazas ofertadas y realmente cubiertas se ha correspondido con los límites establecidos en la memoria verificada del título.

Durante el curso que se evalúa no hubo alumnos matriculados que solicitaran reconocimiento de créditos por otros estudios anteriormente realizados por lo que no hubo que aplicar la normativa de reconocimiento de créditos prevista.

CRITERIO 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

La Universidad de Extremadura en su página web, y en virtud de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, ofrece información actualizada y precisa sobre el conjunto de sus titulaciones a los alumnos potenciales y otros agentes interesados: <https://www.unex.es/transparencia>. Desde dicha página web se puede acceder al Máster Universitario en Dirección de Marketing (MUDM), donde se recoge: (1) el precio público por crédito, (2) las especialidades, (3) el centro donde se imparte, (4) la estructura del plan de estudios, (5) la oferta de plazas para el curso académico, y (7) otros datos de interés. En este último punto, al pinchar en “Más información”, se accede al MUDM de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales: <https://www.unex.es/conoce-la-uex/centros/eco/titulaciones/info/presentacion?id=1194>, donde se identifican, además, varios apartados relativos al título: (1) presentación, (2) competencias, (3) asignaturas y planes docentes, (4) datos de interés, (5) perfil de ingreso, (6) resultados de formación, (7) salidas profesionales, y (8) reconocimiento de créditos.

La Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales también aporta información de utilidad para los potenciales estudiantes y colectivos interesados en el MUDM a través de su página web: <https://www.unex.es/conoce-la-uex/centros/eco>. Aspectos relacionados, por ejemplo, con las instalaciones, los profesores, los horarios de las clases, la documentación relacionada con los trabajos fin de máster, la atención al público, y los trámites administrativos, entre otros, se pueden encontrar en este espacio virtual. Además, existe otra página web creada a instancias de la propia Facultad: <https://ecouex.es>, a través de la cual se ofrece información relevante. En particular, para el MUDM en <https://ecouex.es/Titulaciones/master-universitario-direccion-marketing> se recogen los siguientes apartados: (1) información general, (2) asignaturas y planes docentes, (3) horarios y aulas, (4) exámenes, (5) lectura de trabajos fin de máster, y (6) temas de trabajos fin de máster.

Por último, existe un compromiso de mejora continua por parte del Centro que busca garantizar la calidad de todos los programas formativos que oferta, supervisado por los responsables del Sistema Interno de Garantía de Calidad (SIGC). Todo ello, se complementa con el esfuerzo de la Facultad por alcanzar la excelencia en su sistema de gestión, tal es así que ha obtenido el reconocimiento “Compromiso hacia la Excelencia”, otorgado por el sello de excelencia europea EFQM, Club Excelencia en Gestión (entidad de certificación AENOR).

	INFORME ANUAL DEL MASTER UNIVERSITARIO DE DIRECCIÓN DE MARKETING		
	CURSO: 2016/17	CÓDIGO: PR/SO005	

2.2.- DIMENSIÓN 2. RECURSOS

CRITERIO 3. PERSONAL ACADÉMICO

La docencia del título la imparte un grupo de profesores pertenecientes al área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados. Todos ellos profesores cualificados tanto por su experiencia como por su actividad investigadora. Son todos profesores a tiempo completo lo que facilita la atención a los estudiantes a quienes, además, por ser un número reducido, pueden recibir y reciben una atención altamente individualizada.

El profesorado se actualiza de manera que pueda abordar, teniendo en cuenta las características del título, el proceso de enseñanza-aprendizaje de una manera adecuada. El profesorado lo componen 2 profesores Titulares de Universidad y 4 profesores Contratados Doctores (2 de ellos acreditados por la ANECA para TU). Se trata de un grupo muy activo en investigación tanto en lo que se refiere a publicaciones de impacto como a participación en congresos de prestigio en el área. Todos están vinculados a una o varias asociaciones de renombre en la que participan proactivamente, colaboran con empresas incrementando así el conocimiento sobre la práctica de la profesión, investigan habitualmente con profesores de universidades extranjeras e imparten clases como profesores invitados en otras universidades, entre otras múltiples actividades. Todo lo anterior hace inevitable la actualización del profesorado a cargo de esta titulación.

CRITERIO 4. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Los recursos materiales son adecuados. El centro donde se imparte el título (Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Badajoz) cuenta con tres edificios y unas instalaciones recientemente reformadas. Los alumnos del máster tienen a su disposición múltiples instalaciones: sala de lectura, aulas adaptadas al número de alumnos dotadas de los medios audiovisuales necesarios, salón de grados acondicionado para la defensa de los trabajos de fin de máster, seminarios para la celebración de charlas y conferencias, aulas de informática, espacios de trabajo, zonas de descanso, etc. Además, la biblioteca central de la Universidad de Extremadura en Badajoz se encuentra a escasos metros del edificio donde se imparten las clases por lo que los estudiantes pueden acceder a ella con facilidad.

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 y modalidad del título y facilitan el proceso de enseñanza aprendizaje. Los alumnos de la titulación tienen a su disposición todos los servicios que ofrece la universidad de Extremadura a sus estudiantes, los alumnos pueden acudir con libertad a los siguientes servicios:

- Acciones de Documento
- Servicios Universitarios

	INFORME ANUAL DEL MASTER UNIVERSITARIO DE DIRECCIÓN DE MARKETING		
	CURSO: 2016/17	CÓDIGO: PR/SO005	

- Secretariado de Actividades Culturales
- Secretariado de Relaciones Internacionales
- Unidad de Atención al Estudiante
- Oficina de Cooperación Universitaria al Desarrollo y Voluntariado
- Oficina de Orientación Laboral
- Oficina de Responsabilidad Social Universitaria
- Oficina de Universidad Saludable
- Oficina para la Igualdad
- Servicio de Acceso y Gestión de Estudios de Grado
- Sección de Acción Social y Asistencial
- Servicio de Actividad Física y del Deporte
- Servicio de Asistencia Religiosa

Las prácticas no son obligatorias pero el alumno puede solicitarlas de forma voluntaria. En el equipo decanal de la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales existe un vicedecanato dedicado a la gestión de las prácticas en empresas. Dicho decanato trabaja en colaboración con los profesores del título para ofertar a los alumnos prácticas adaptadas al perfil de la titulación.

2.3.- DIMENSIÓN 3. RESULTADOS

CRITERIO 5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Durante el curso 2016/17 no ha habido ninguna incidencia en cuanto al cumplimiento de las obligaciones docentes del profesorado: asistencia a clases, cumplimientos de horarios, cumplimiento de tutorías presenciales, entregas de actas o cumplimiento de la normativa de evaluación.

Las actividades formativas se han realizado según los programas docentes aprobados por la Comisión de Calidad antes del inicio del curso, donde se evaluó como adecuados los contenidos, las metodologías y la planificación temporal de las distintas asignaturas.

A las actividades formativas normales de las asignaturas del máster se añadieron algunas actividades formativas complementarias, voluntariamente organizadas por los profesores. Se trataron de:

- Charla del profesor de la Universidad Loyola Andalucía Alejandro Cardenete Flores sobre "Cómo escribir un artículo científico".
- Charla "Agentes y herramientas de comercio exterior en Extremadura ", por Cristina Fernández. Extremadura Avante.

	INFORME ANUAL DEL MASTER UNIVERSITARIO DE DIRECCIÓN DE MARKETING		
	CURSO: 2016/17	CÓDIGO: PR/SO005	

- Charla “El atributo origen en la internacionalización de la empresa extremeña”, por Beatriz Román. Extremadura Avante.
- Charla del empresario Pablo Vila, titulada “De universitario a emprendedor en el ámbito del marketing”.
- Charla de la profesora FP M^a Carmen Granado Soltero, titulada: “Presencia activa en redes sociales: teoría y práctica”
- Charla de Fernando Blazquez Vera, delegado comercial del grupo Iluminación Ximenez.
- Charla de Estefanía Mancha Ruíz de Lopera, Departamento de Marketing de ARRAM Consultores.
- Charla de Ana Magro, bloguera especializada en Marketing y Publicidad online.
- Visita para conocer la comercialización de La Encina Blanca, bodega de Albuquerque (Badajoz).
- Charla de Guillermo Burgos, presidente de la Fundación EmocionArte.

Por todo ello, parece razonable pensar que se han alcanzado de manera satisfactoria los resultados de aprendizaje previstos en cada una de las asignaturas que integran el plan de estudios del Máster Universitario en Dirección de Marketing (MUDM), tal es así que los indicadores de satisfacción y rendimiento del CRITERIO 6 apuntan en este sentido.

CRITERIO 6. INDICADORES DE SATISFACCIÓN Y RENDIMIENTO

Número de estudiantes de nuevo ingreso. El primer curso académico de funcionamiento del máster ha tenido 12 estudiantes matriculados (en el primer semestre además se contó con una alumna Erasmus). Se trata de un número bajo teniendo en cuenta el número de plazas ofertadas (30), pero es un número superior al resto de másteres universitarios ofertados por la Facultad de CC. Económicas y Empresariales y al número de matriculados en el curso anterior en el antiguo Máster Universitario en Marketing e Investigación de Mercados (5 alumnos de primera matrícula completa). Y este dato también debe ser evaluado en el contexto de la reducción general de estudiantes de másteres en la Universidad de Extremadura y dentro de la reducción del número de estudiantes de grado de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Indicadores académicos. Hay que indicar que el 100% de los alumnos superaron en las convocatorias del curso todas las asignaturas presenciales del máster (tasa de éxito). Teniendo en cuenta la docencia de grupo reducido y las características del máster, esta tasa se considera satisfactoria.

Sin embargo, también hay que indicar que solo el 16,67% se presentaron y aprobaron el Trabajo Fin de Máster. El resto de alumnos no terminaron su TFM a tiempo de ser defendido en las tres convocatorias del curso, por lo que figuran

	INFORME ANUAL DEL MASTER UNIVERSITARIO DE DIRECCIÓN DE MARKETING		
	CURSO: 2016/17	CÓDIGO: PR/SO005	

como alumnos no presentados. Eso hace que la tasa de rendimiento siga siendo alta y satisfactoria, pero la tasa de graduación sea muy baja. Esta situación es similar a la que existían con el anterior Máster de 2 años de duración.

A continuación, se recogen los principales indicadores académicos:

- Tasa de graduación: 16,67%
- Tasa de abandono: 0% (nota aclaratoria: el OBIN de la UEx a fecha de elaboración de este informe incluía una tasa de abandono del 50%, calculada erróneamente, puesto que los estudiantes que aún no han finalizado el master siguen realizando, o han realizado ya, su TFM. Sin embargo, no figuran con nueva matrícula porque la matrícula del curso anterior les permite presentarse al TFM durante 2 cursos académicos).
- Tasa de eficiencia: 100%
- Tasa de rendimiento: 82,29
- Tasa de éxito: 100,00

Análisis por asignaturas. Los datos relativos a matrículas, tasas de éxito y no presentados y distribución de calificaciones por asignaturas son publicados por el Observatorio de Indicadores de la Unidad Técnica de Evaluación y Calidad (UTEC) de la Universidad de Extremadura. La Comisión de Calidad del Máster considera que todos los indicadores de las asignaturas presenciales del master son adecuados para las características del mismo. En su conjunto, las notas obtenidas se han distribuidas de la siguiente forma: 2 matrículas de honor (1,83%), 23 sobresalientes (21,1%), 63 notables (57,8%) y 21 aprobados (19,3%).

Nivel de satisfacción. Según la encuesta de satisfacción del estudiante con la actividad docente de los distintos profesores del máster el nivel de satisfacción general alcanzó el curso analizado un 8.09 sobre 10. Se trata de una nota media similar a la obtenida en cursos anteriores en el Máster antiguo y superior a la nota media de las titulaciones oficiales impartidas en la Facultad.

Por otro lado, la encuesta de satisfacción del PDI con la titulación arrojó una nota de 9 sobre 10; es decir, los profesores del máster estamos muy satisfechos con su estructura, funcionamiento y compromiso de los estudiantes.

Durante el curso 16/17 no se tienen datos de la encuesta de satisfacción del estudiante con la titulación (estructura y funcionamiento), debido a la baja tasa de graduación.

Tampoco se disponen aún de datos sobre la inserción laboral de los egresados del máster, pues este estudio se realiza transcurridos 3 años de la finalización de sus estudios. Como el curso 16/17 fue el primero de este master, aún se tardarán otros dos cursos académicos para disponer de esta información.

3. PLAN DE MEJORAS INTERNO

	INFORME ANUAL DEL MASTER UNIVERSITARIO DE DIRECCIÓN DE MARKETING		
	CURSO: 2016/17	CÓDIGO: PR/SO005	

3.1. Cumplimiento del plan de mejoras interno del curso anterior

Este es el primer curso de impartición, por lo que no existe plan de mejoras.

3.2. Plan de mejoras interno para el próximo curso

	Acción de Mejora (descripción)	Responsable de la ejecución	Plazo o momento de ejecución	Observaciones
1	Conferencias de profesionales y visita a alguna empresa en la empresa con actividad comercial destacada	Comisión Calidad del Máster y Decanato	A lo largo del curso	No se dispone de presupuesto. Se evitará que las fechas sean cercanas a los exámenes
3	Selección de empresas para las prácticas extracurriculares. En particular, incidir en nuevas empresas dentro del perfil on-line o especializadas en comunicación e investigación, para las prácticas	Vicedecanato con competencias y Profesorado del Máster	A lo largo del año	Hay que tener en cuenta que la mayor parte de los alumnos van a realizar las prácticas extracurriculares en el período de junio-julio-agosto/2018 o periodos posteriores
4	Desarrollar un proceso de propuesta/selección de las líneas de investigación de los TFM similar a los TFG	Vicedecanato con competencias	A principios de curso	
5	Impulsar la campaña de promoción del Máster; incluyendo mayor información y alcanzando de forma más directa al público objetivo.	Decanato y Comisión Calidad del Máster	A lo largo de todo el curso y con folletos al finalizar	

	INFORME ANUAL DEL MASTER UNIVERSITARIO DE DIRECCIÓN DE MARKETING		
	CURSO: 2016/17	CÓDIGO: PR/SO005	

4.- PLAN DE MEJORAS EXTERNO

No existe, al ser el primer curso de impartición del máster.