
 UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA	<b>INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN</b>	
	CURSO: 2017/18	CÓDIGO: PR/SO005


# INFORME ANUAL DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING (CURSO 2017/18)

<b>Elaborado por:</b> Comisión de Calidad del título	<b>Revisado por:</b> Comisión de calidad del Centro	<b>Aprobado por:</b> Junta de Centro <sup>1</sup>
<b>Fecha:</b> 7 de marzo de 2019	<b>Fecha:</b> 13 de Marzo de 2019	<b>Fecha:</b> 14 de Marzo de 2019
<b>Firma</b>	<b>Firma</b>	<b>Firma</b>

	<b>INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN</b>	
	CURSO: 2017/18	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	4
Criterio 1. Organización Y Desarrollo	4
Criterio 2. Información Y Transparencia	4
2.2.- Dimensión 2. Recursos	5
Criterio 4. Personal Académico	5
Criterio 5. Personal De Apoyo, Recursos Materiales Y Servicios	5
2.3.- Dimensión 3. Resultados	5
Criterio 6. Resultados De Aprendizaje	5
Criterio 7. Indicadores De Satisfacción Y Rendimiento	5
3. Plan de mejoras Interno	6
4. Plan de mejoras externo	7

	<b>INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN</b>	
	CURSO: 2017/18	CÓDIGO: PR/SO005


## 1.- DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA TITULACIÓN

### a. Datos Generales

<b>DENOMINACIÓN</b>	MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING
<b>MENCIONES/ESPECIALIDADES</b>	COMUNICACIÓN / APLICACIONES DE MARKETING / COMERCIO Y VENTAS
<b>NÚMERO DE CRÉDITOS</b>	60 CRÉDITOS
<b>CENTRO(S) DONDE SE IMPARTE</b>	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
<b>NOMBRE DEL CENTRO</b>	FACULTA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
<b>MENCIONES/ESPECIALIDADES QUE SE IMPARTEN EN EL CENTRO</b>	COMUNICACIÓN / APLICACIONES DE MARKETING / COMERCIO Y VENTAS
<b>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</b>	Presencial
<b>AÑO DE IMPLANTACIÓN</b>	2016
<b>ENLACE WEB DE LA TITULACIÓN</b>	<a href="https://www.unex.es/conoce-la-ueex/centros/eco/titulaciones/info/presentacion?id=1194">https://www.unex.es/conoce-la-ueex/centros/eco/titulaciones/info/presentacion?id=1194</a>
<b>ENLACE WEB DE LA COMISIÓN DE CALIDAD DEL TÍTULO</b>	<a href="https://www.unex.es/conoce-la-ueex/centros/eco/sqic/comision-de-calidad-de-las-titulaciones/copy_of_master-universitario-direccion-marketing">https://www.unex.es/conoce-la-ueex/centros/eco/sqic/comision-de-calidad-de-las-titulaciones/copy_of_master-universitario-direccion-marketing</a>
<b>COORDINADOR/A DE LA COMISIÓN DE CALIDAD DEL TÍTULO</b>	Clementina Galera Casquet
<b>ACCESO AL REPOSITORIO DOCUMENTAL DE EVIDENCIAS</b>	<a href="https://www.unex.es/conoce-la-ueex/centros/eco/sqic/comision-de-calidad-de-las-titulaciones/copy_of_master-universitario-direccion-marketing/actas">https://www.unex.es/conoce-la-ueex/centros/eco/sqic/comision-de-calidad-de-las-titulaciones/copy_of_master-universitario-direccion-marketing/actas</a>

### b. Miembros de la comisión de calidad

Nombre y apellidos	Cargo en la comisión	PDI/PAS/Estudiante	Fecha de nombramiento en Junta de Centro
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
Félix Parra Zazo		PAS	Xx de 2017

	<b>INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN</b>	
	CURSO: 2017/18	CÓDIGO: PR/SO005

Alberto Antúnez Rodríguez		Estudiante	XX de 2017
Nicolás Murillo Rosas		Estudiante	Xx de 2017

**c. Histórico de reuniones del curso**

Enumerar cada reunión	Temas tratados	Fecha de reunión	Enlace al acta
1	1. Aprobación, si procede, del acta de la última sesión 2. Aprobación, si procede, del Informe del MUDM curso 16-17 3. Actividades y líneas de actuación a lo largo del segundo semestre para la mejora del MUDM 4. Ruegos y preguntas	25 de enero de 2018	
2	1. Aprobación, si procede, del acta de la última sesión 2. Validación, si procede, de los planes docentes del curso 18-19 3. Organización del panel de acreditación del máster por parte de la ANECA 4. Actuaciones de mejora para el próximo curso 5. Ruegos y preguntas	21 de junio de 2018	

## 2.- CUMPLIMIENTO DE LOS CRITERIOS Y DIRECTRICES<sup>2,3</sup>


### CRITERIO 0. EVOLUCIÓN DEL TÍTULO EN EL ÚLTIMO CURSO

Tras su puesta en marcha en el curso 2016-2017, puede decirse que terminado ya el segundo año de impartición del título de Máster en Dirección de Marketing, su evolución es muy satisfactoria. En cuanto al número de alumnos, en este segundo año el número de alumnos matriculados de nuevo ingreso se ha incrementado un 60%, lo que nos hace ser optimistas para los próximos años respecto al interés por este posgrado para los graduados, sobre todo de nuestro centro y centros afines.

Al ser este el segundo año que se oferta el título, más que cambios lo que ha ido sucediendo es su afianzamiento dentro de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

<sup>2</sup> <http://www.aneca.es/Programas/ACREDITA/Documentacion-del-programa/Guia-de-Autoevaluacion>

<sup>3</sup> <http://eurace.iie.aneca.es/eurace.html>

	<b>INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN</b>	
	CURSO: 2017/18	CÓDIGO: <b>PR/SO005</b>

## 2.1- DIMENSIÓN 1. GESTIÓN DEL TÍTULO

### CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

El *Máster Universitario en Dirección de Marketing (MUDM)* aspira como objetivo básico a la formación de los estudiantes en la dirección de marketing, tanto en su dimensión estratégica como táctica. En un entorno socioeconómico como el actual, con una competencia más global, con opciones de distribución multicanal y con consumidores cada vez mejor informados, la orientación comercial (de marketing) de las organizaciones, tanto empresariales como las no empresariales, es una condición necesaria para su supervivencia en un entorno tan complejo y hostil como el actual.


La orientación al mercado implica conocimientos y competencias específicos que deben ser adquiridos por los futuros directivos de las organizaciones. En este sentido estamos convencidos de la enorme relevancia y vigencia del perfil general de egreso definido para el *Máster Universitario de Dirección de Marketing*.

Tal y como ya hemos comentado en anteriores informes, también consideramos importante que el perfil de egreso y su despliegue en el plan de estudios vaya progresivamente recogiendo las nuevas tendencias comerciales. Tendencias dominadas en la actualidad por el avance de la sociedad de la información, donde el comercio electrónico gana fuerza frente al tradicional y donde las interacciones electrónicas entre consumidores, y entre empresas y consumidores, condicionan en gran medida la toma de decisiones.

En este sentido, los profesores de la titulación están realizando el esfuerzo de incorporar contenidos, elementos y ejemplos que visualicen esta nueva forma de entender los intercambios comerciales por parte de las organizaciones y los consumidores en la actualidad.

En sus reuniones periódicas la *Comisión de Calidad* aborda el problema de la complementariedad y no solapamiento de los contenidos de las diferentes asignaturas del título. La supervisión cruzada de los programas docentes entre profesores del título antes del inicio de cada curso académico ayuda a este fin, así como a una apropiada planificación temporal y asignación adecuada de la carga de trabajo al estudiante. Es también un aspecto de preocupación para la *Comisión de Calidad* comprobar la adecuación de los criterios de evaluación de cada asignatura y, en concreto, del *trabajo fin de máster*, al objetivo de asegurar que los resultados de aprendizaje fijados en la memoria del título sean conseguidos por los egresados.

Todos los estudiantes admitidos en el título han presentado un perfil de ingreso adecuado para los estudios del título y que respeta los criterios de admisión de la memoria verificada. Todos tienen formación universitaria relacionada en mayor o menor medida con la dirección de empresas, la economía y las ciencias sociales, lo que ha garantizado que hayan podido hacer frente de modo conveniente a los diferentes contenidos impartidos en las diferentes materias. Consideramos, pues, que las competencias mínimas necesarias para el seguimiento de los contenidos y la adquisición de las competencias programadas para el título, se aseguran con los criterios de admisión actualmente fijados. Por otro

	<b>INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN</b>	
	CURSO: 2017/18	CÓDIGO: <b>PR/SO005</b>


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

Durante el curso que se evalúa se ha aplicado la normativa de reconocimiento de créditos en la manera prevista, siendo de destacar la aplicada a un grupo de alumnos (cuatro estudiantes) procedentes de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (México) que simultanean estudios de Posgrado en Marketing en virtud de un acuerdo firmado entre la Universidad de Extremadura y la antes mencionada. También se ha aplicado la normativa de reconocimiento de créditos a dos alumnos que habían superado previamente la Licenciatura en Investigación y Técnicas de Mercado y/o la Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas.

## **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 (6) 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. La Dirección del Centro, por medio de la Secretaría Académica, incorpora contenido a esta plataforma a medida que se producen novedades y modificaciones. Del mismo modo, se sirve del correo electrónico para informar en tiempo real a los estudiantes, profesorado y personal de administración y servicios de todos los plazos, anuncios o eventos que se producen en el funcionamiento diario de la Facultad. Dicha información se sube además a las redes sociales de la Facultad como Facebook y Twitter.

 UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA	<b>INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN</b>	
	CURSO: 2017/18	CÓDIGO: <b>PR/SO005</b>

Con respecto a la información sobre los principales resultados del título como, por ejemplo, indicadores de rendimiento, satisfacción de los diferentes colectivos e inserción laboral, la Universidad de Extremadura dispone de un Observatorio de Indicadores (OBIN) de la Unidad Técnica de Evaluación y Calidad en el siguiente enlace web:

<https://www.unex.es/organizacion/servicios-universitarios/unidades/utec/funciones/estadisticas-e-indicadores-universitarios>

También 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).


Se publica y se difunde un díptico informativo antes de la finalización del curso, acompañado de cartelería que es colocada en la Facultad y en distintos edificios del Campus de Badajoz. Dichos elementos de cartelería incluyen un enlace web donde se indica el acceso directo a la mencionada web del Máster.

La información relativa al plan de estudios y a las distintas asignaturas está disponible en todo momento para el alumnado a través de la página web de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales en la Universidad de Extremadura (<https://www.unex.es/conoce-la-uex/centros/eco/titulaciones/info/presentacion?id=1194> o <https://ecouex.es/Titulaciones/master-universitario-direccion-marketing/>). En el apartado “Resultados e indicadores del título” se pueden consultar, asimismo, informes y datos referentes a los resultados obtenidos en distintas dimensiones. Asimismo, la Unidad Técnica de Evaluación y Calidad de la Universidad de Extremadura se preocupa de elaborar informes de inserción laboral de los egresados de las distintas titulaciones que oferta, tal y como se indica en el siguiente enlace web:

<https://www.unex.es/organizacion/servicios-universitarios/unidades/utec/funciones/insercion-laboral>

En este sentido, el Observatorio de Indicadores (OBIN) de la Unidad Técnica de Evaluación y Calidad es un referente en la Universidad de Extremadura en la elaboración de indicadores de rendimiento, satisfacción de los diferentes colectivos e inserción laboral:

<https://www.unex.es/organizacion/servicios-universitarios/unidades/utec/funciones/estadisticas-e-indicadores-universitarios>

	<b>INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN</b>	
	CURSO: 2017/18	CÓDIGO: <b>PR/SO005</b>

Conforme a la Normativa de evaluación para las titulaciones oficiales de la Universidad de Extremadura, corresponde a los Centros (artículo 6, punto 2) la obligación de confeccionar el calendario de exámenes (fechas, horas y lugares de celebración de las pruebas) y de publicarlos en sus tabloneros de anuncios y en su web con una antelación mínima de un mes antes del inicio de las pruebas, a excepción de la convocatoria de diciembre, que se hará con siete días de antelación. En la web del Centro, en la pestaña “Exámenes”, se publica, para cada convocatoria, el calendario oficial de exámenes, así como las fechas y horas de defensa, título, autor y tribunal de los distintos Trabajos de Fin de Máster que se presentan en cada convocatoria.

Por otra parte, la Universidad de Extremadura cuenta con un Campus Virtual que posibilita al alumnado matriculado visualizar las asignaturas que cursa y acceder al contenido que pone a su disposición el profesorado. Se trata también de un canal de comunicación entre el alumnado y el profesorado dado que existe un servicio de mensajería vinculado a la cuenta de correo electrónico. El profesorado utiliza esta plataforma para publicar planes docentes, informes, artículos, noticias, presentaciones, y cualquier otro tipo de material complementario que apoye e impulse la labor de aprendizaje del alumnado. La plataforma ha sido bien acogida por el alumnado (<https://campusvirtual.unex.es/portal/>).

Además, en la página Web de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales se ofrece al estudiante un buzón de sugerencias donde de manera anónima puede interactuar con el Centro. También cuenta el alumnado con la posibilidad de mantenerse al día con todo lo que acontece en la Facultad siguiendo sus redes sociales como por ejemplo: Facebook y Twitter.


Por último, cabe señalar que las tutorías de los profesores pueden ser consultadas en las guías docentes de las distintas asignaturas, accesibles a través de la página web del Máster, y también a través de la propia página web de la Facultad, que, en su apartado “Centro-Profesores” (<http://ecouex.es/profesores/>), ofrece la posibilidad de ver un breve currículum del profesor y su ficha, con datos como despacho, horario de tutorías, asignaturas que imparte, dirección de correo electrónico y teléfono, entre otros.

## **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.



	<b>INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN</b>	
	CURSO: 2017/18	CÓDIGO: <b>PR/SO005</b>


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 3 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, estos pueden acudir con libertad a los siguientes servicios:

- Acciones de Documento
- Servicios Universitarios
- 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

	<b>INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN</b>	
	CURSO: 2017/18	CÓDIGO: <b>PR/SO005</b>

- 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 "¿Qué quieres ser en la vida? Pautas para el éxito profesional", por Guillermo Burgos Castro, director del Grupo BCMGestionArte y presidente de la Fundación EmocionArte.
- Charla "Negocios universonales" por María Rodrigo. Kiwi, Lemon & Grapes.
- Charla "Protocolo: más que un Real Decreto" por Gema Merino Muñoz. Diario HOY.
- Charla "Financiación y banca ética" por D. José Antonio Carbonell, subdirector de la red comercial de TRIODOS BANK.
- Charla "Innovación en el sector agroindustrial" por D. Alejandro Borrega.
- Charla "DIS-RAS: Un caso de éxito en innovación". D<sup>a</sup> Francisca Gamero.
- Charla "Política comercial para la internacionalización de la empresa extremeña", impartida por D<sup>a</sup> Cristina Fernández y de D<sup>a</sup> Beatriz Román, de Extremadura Avante (Junta de Extremadura).

	<b>INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN</b>	
	CURSO: 2017/18	CÓDIGO: <b>PR/SO005</b>


- Charla “Herramientas de marketing digital para el lanzamiento de una startup” por D. Guillermo de Miguel Retortillo. Director Técnico/CTO de *eCapture3D* y D<sup>a</sup> Carmen López-Lago Doblado, Responsable de Marketing y Comunicación de *eCapture3D*
- Ciclo de Conferencias de Marketing Digital a cargo de D<sup>ña</sup>. Susana Yabar, Youtuber, experta en fitness y periodista de profesión y D. Stanley Sarpong, Ex-googler, creador de YouTube, compositor y nómada digital.
  - “El poder de la Autenticidad”
  - “El poder de elegir: la vida de un nómada digital”
  - “¿Cómo crear tu canal de YouTube?”
  - “El poder de la influencia: de la pasión al negocio”
- Taller práctico: "Marketing Digital: el modelo de segmentación de contenidos Help-Hub\_Hero" por D<sup>ña</sup>. Susana Yabar, Youtuber, experta en fitness y periodista de profesión y D. Stanley Sarpong, Ex-googler, creador de YouTube, compositor y nómada digital
- Charla “La marca personal para tu futuro profesional” por D<sup>a</sup> Ana Magro Salamanca, Especialista en Comunicación y Social Media.
- Charla “Heterogeneidad de espacios comerciales y personalización del local” por D. Daniel Martín, Director del Centro Comercial El Faro.

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.** En el curso 2017/18 se matricularon en el máster 19 alumnos, por debajo del número de plazas ofertadas (30), pero por encima de los 12 estudiantes matriculados del curso anterior (el primero de funcionamiento del máster). Conviene matizar también que es un número superior al resto de másteres universitarios ofertados por la Facultad de CC. Económicas y Empresariales y que este dato 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.** Los datos a continuación presentados se han obtenidos del Observatorio de Indicadores elaborado por la Unidad Técnica de Evaluación y Calidad de la UEx.

	<b>INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN</b>	
	CURSO: 2017/18	CÓDIGO: <b>PR/SO005</b>

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 50% 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 (junio, julio y septiembre), por lo que figuran como alumnos no presentados en esta materia. Eso hace que la tasa de rendimiento sea alta y satisfactoria, pero la tasa de graduación sea algo más baja de lo deseado. Pero si observamos la evolución con respecto al año pasado, observamos una mejora considerable de esta tasa de graduación (del 16,67% al 50%).


A continuación, se recogen los principales indicadores académicos:

- Tasa de graduación (OBIN\_RA-004): 50% (mejorando la tasa del 16,67% correspondiente al curso 2016/17)
- Tasa de abandono (OBIN\_RA-001): 0%
- Tasa de eficiencia (OBIN\_RA-006): 100%
- Tasa de rendimiento (OBIN\_RA-002): 100%
- 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 también 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: 5 matrículas de honor (3,16%), 32 sobresalientes (20,25%), 70 notables (44,30%) y 51 aprobados (32,28%).

**Nivel de satisfacción.** Según la encuesta de **satisfacción del estudiante con la actividad docente** (OBIN\_SU\_001) de los distintos profesores del máster el nivel de satisfacción general alcanzó el curso analizado un 8,26 sobre 10. Se trata de una nota media ligeramente superior a la obtenida el curso anterior (8.09) y superior a la nota media de las titulaciones oficiales impartidas en la Facultad (7,58) y del conjunto de la UEx (7,59).

También se disponen de los datos de **satisfacción de los egresados con la titulación**. Los 8 egresados del máster rellenaron la encuesta de satisfacción al solicitar su título y otorgaron una puntuación de 4,38 sobre 5 (OBIN\_SU-004). No hay datos del curso anterior, cuando se implantó el máster, pero se considera que es un valor muy positivo. Se obtiene una puntuación de 4,4 tanto en la satisfacción general con la titulación, como en la satisfacción general con el profesorado. También destacan como puntos más positivos (todos con 4,4 sobre 5) la distribución de horarios, la estructura del plan docente, la tutorización y las instalaciones. Los aspectos que obtienen un valor más bajo son los relativos a la oferta de

	<b>INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN</b>	
	CURSO: 2017/18	CÓDIGO: <b>PR/SO005</b>

prácticas y a la organización de prácticas (3,3 sobre 5). En este caso hay que indicar que las prácticas son voluntarias y extracurriculares en este máster.

Por otro lado, la encuesta de **satisfacción del PDI con la titulación** (OBIN\_SU\_005) no se realizó en el curso analizado, por lo que volvemos a indicar el valor medio obtenido en el curso anterior: un 4,6 sobre 5; entendiéndose que los profesores del máster estamos muy satisfechos con su estructura, funcionamiento y compromiso de los estudiantes.


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 17/18 fue el segundo de este master, aún se tardarán otro año en disponer de esta información. Aun así, la Comisión de Calidad del Máster está haciendo un seguimiento de los antiguos alumnos para conocer su situación laboral y cuyos resultados se obtendrán próximamente.

### 3. PLAN DE MEJORAS INTERNO

#### 3.1. Cumplimiento del plan de mejoras interno del curso anterior


	Acción de Mejora	¿Implantación?			Observaciones <sup>4</sup>
		Sí	Parcialmente	No	
1	Conferencias de profesionales y visita a alguna empresa en la empresa con actividad comercial destacada	X			La valoración de los alumnos sobre las conferencias de profesionales ha sido positiva. Les ha ayudado como complemento en su formación y a la hora de proyectar su carrera profesional. No ha sido posible la visita a una empresa por falta de recursos.
2	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		X		Se ha conseguido contactar con nuevas empresas de perfil online, no así con empresas más especializadas en comunicación e investigación, debido a que fundamentalmente hay que buscarlas fuera de la región.
3	Desarrollar un proceso de propuesta/selección de las líneas de investigación de los TFM similar a los TFG	X			Se ha desarrollado por parte de la Comisión de Calidad un proceso de propuesta de líneas y asignación de tutor, dado que el Centro no había habilitado procedimiento alguno.
4	Impulsar la campaña de promoción del Máster; incluyendo mayor información y alcanzando de forma más directa al público objetivo.	X			Dado el incremento de matrículas con relación al curso anterior, se entiende que las medidas tomadas están siendo en parte efectivas.

<sup>4</sup> En caso de implantación, indicar si la acción ha conllevado la solución de la debilidad o problema por el que se propuso. En los otros casos, indicar la razón de su no implantación.

	<b>INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN</b>	
	CURSO: 2017/18	CÓDIGO: PR/SO005

### 3.2. Plan de mejoras interno para el próximo curso

	<b>Acción de Mejora (descripción)</b>	<b>Responsable de la ejecución</b>	<b>Plazo o momento de ejecución</b>	<b>Observaciones</b>
1	Establecer una planificación de conferencias (habituales y/o nuevas), repartidas de forma equilibrada a lo largo de cada semestre.	Comisión de Calidad	Primero y segundo semestre	
2	Búsqueda y selección de empresas especializadas en comunicación e investigación de mercados (fuera y/o dentro de la región) para las prácticas extracurriculares	Vicedecanato correspondiente en contacto con la Comisión de Calidad	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
3	Mayor seguimiento e impulso de los TFM para que se realice su defensa en el curso académico	Comisión de Calidad	A lo largo del curso	Es importante que alumnos y profesores reflexionen sobre la posibilidad de realizar el TFM (6 créditos) a corto plazo.
4	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	

	<b>INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN</b>	
	CURSO: 2017/18	CÓDIGO: PR/SO005

#### 4.- PLAN DE MEJORAS EXTERNO

##### 4.1. Plan de mejoras establecido a partir de los informes de seguimiento externos

Salvo el Informe Final de Evaluación para la Renovación de la Acreditación para el Máster Universitario en Dirección de Marketing (MUDM), emitido con fecha de 7 de enero de 2019, y en términos favorables, por la Comisión de Acreditación de ANECA, no se tiene constancia oficial de otros informes de seguimiento externos.

##### 4.2. Cumplimiento del plan de mejoras establecido a partir de los informes de seguimiento externos

Conforme a lo indicado en el punto anterior, no se tiene constancia oficial de otros informes de seguimiento externo, y por lo tanto no existe aquí plan de mejoras.

##### 4.1. Plan de mejoras establecido a partir del informe de renovación de la acreditación

A la vista del Informe Final de Evaluación para la Renovación de la Acreditación para el Máster Universitario en Dirección de Marketing (MUDM), emitido con fecha de 7 de enero de 2019, y en términos favorables, por la Comisión de Acreditación de ANECA, en la siguiente tabla se recogen las acciones de mejora, al objeto de seguir las recomendaciones de dicha Comisión de Acreditación; sobre todo, teniendo en cuenta que el seguimiento del título por parte de ANECA tendrá un carácter bienal.

	<b>Acción de Mejora (descripción)</b>	<b>Responsable de la ejecución</b>	<b>Plazo o momento de ejecución</b>	<b>Observaciones</b>
1	Efectuar reconocimientos de créditos en el Máster de acuerdo con los reflejados en la memoria verifica. En este sentido, en la información que se genere desde la Facultad sobre los expedientes de reconocimiento de créditos deberá figurar una serie de datos identificativos de la institución de origen y el carácter del título por el que se han efectuado reconocimientos de créditos	Decanato	A lo largo del curso	
2	Publicar en la página web del Máster las competencias a adquirir por los estudiantes	Vicedecanato con competencias	A lo largo del curso	
3	Publicar en la página web del Máster la información relativa al reconocimiento de créditos que se aplica a los estudiantes del Máster	Vicedecanato con competencias	A lo largo del curso	
4	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 educativas específicas	Vicedecanato con competencias	A lo largo del curso	

	<b>INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN</b>	
	CURSO: 2017/18	CÓDIGO: <b>PR/SO005</b>

	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 Calidad del Máster	A lo largo del curso	
	Aplicar los diferentes procedimientos destinados a medir la percepción de la adecuación del perfil de egreso y la satisfacción global con el Máster de los egresados, estudiantes y empleadores, 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 Decanato	A lo largo del curso	
	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 y Decanato	A lo largo del curso	

#### 4.2. Cumplimiento del plan de mejoras establecido a partir del informe de renovación de la acreditación

Dado que es el primer curso de implantación de las acciones de mejora, a partir del informe de renovación de la acreditación, todavía no se puede determinar el grado de cumplimiento del plan de mejoras.