INFORME DE SEGUIMIENTO DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

CURSO 2016-17

CRITERIO 1: Información para la sociedad y el futuro estudiante.

CRITERIO 2: Información sobre el desarrollo y funcionamiento del título.

CRITERIO 3: Recomendaciones señaladas en los informes de evaluación externa.

CRITERIO 4: Valoración de la implantación del Sistema de Garantía Interno de Calidad (incluye Plan de Mejoras).

CRITERIO 5: Evaluación de los indicadores.

Aspectos a evaluar	Enlace
Descripción del título que incluya su denominación, créditos, centros en los que se imparte y plazas ofertadas	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional
Competencias generales y específicas que desarrolla la titulación	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/competencias
Si existen, especificar las atribuciones profesionales para las que capacita una vez obtenido el título (sólo en el caso de un título vinculado a una profesión regulada)	No procede
Si se ha señalado en el Plan de Estudios, especificar los itinerarios formativos/menciones que desarrolla la titulación	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/itinerarios-formativos_menciones
Normativa de permanencia, normativa de reconocimiento y transferencia de créditos y su aplicación vinculada a la mejora de los indicadores de rendimiento académico	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/reconocimiento-y-transferencia-de-creditos https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/normativa-de-permanencia
Requisitos de acceso y admisión a la titulación y pruebas de acceso especiales	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/acceso-y-admision
Información previa a la matricula (documentos a presentar, plazos, etc.)	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/informacion-previa

Aspectos a evaluar	Enlace
	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/documentacion-y-plazos
La publicación de la memoria del título verificada y sus correspondientes actualizaciones informadas favorablemente	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/memorias-verifica_modifica
La publicación del informe final de evaluación para la verificación y los diferentes informes de modificaciones del plan de estudios, así como de la resolución de verificación por parte del Consejo de Universidades	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/informes-de-verificacion https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/documento-de-autorizacion
La publicación de los informes de seguimiento del título realizadas por parte de la AVAP	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/informes-de-seguimiento
Información sobre los principales resultados del título (indicadores de rendimiento, satisfacción de los diferentes colectivos, inserción laboral, calidad docente, etc.)	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/indicadores https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/evaluacion-resultados-encuestas https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/encuestas-de-satisfaccion https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/estudios-de-insercion-laboral

Aspectos a evaluar	Enlace
Las guías docentes del título deben estar disponibles para los estudiantes previamente a la matriculación para todas las asignaturas, incluidas las prácticas externas y los trabajos fin de Grado o Máster.	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/guias-docentes
Contenido de las guías docentes: descripción de cada asignatura (competencias, bibliografía, temario, etc.), las actividades formativas y los sistemas de evaluación. Si la asignatura requiere la utilización, por parte del estudiante, de materiales específicos (programas informáticos, por ejemplo) o de conocimientos previos, estos deben estar convenientemente descritos.	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/guias-docentes
Planificación temporal de la enseñanza que incluya estructura del plan de estudios, horarios, aulas, calendario de exámenes, y cuanta información se requiera para el correcto seguimiento del despliegue del plan de estudios.	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/plan https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/horario https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/calendario-examenes
Mecanismos de coordinación docente del título que permitan dar coherencia a los estudios permitiendo la adquisición de competencias por parte de los estudiantes	La coordinación docente se realiza a través de los tres departamentos de la Facultad, la organización de los departamentos está disponible en el siguiente enlace: https://sede.educacion.gob.es/cid/117878337823878499676057.pdf

Aspectos a evaluar	Enlace
Relación de profesorado que imparte las materias/asignaturas señalando la categoría docente	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-asignatura https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-nombre-de-profesor
Forma en la que se realiza la extinción del plan antiguo y la puesta en marcha de los cursos de adaptación	No procede
Si el plan de estudios lo señala, incluir información de las prácticas externas (créditos, organización, tipología de empresas, elección de tutores, …)	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/informacion-practicas-externas https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/normativa-ucv-practicas-externas
Desarrollo del Trabajo Fin de Estudios, tanto de grado como de máster (organización, tipología del tutor, criterios de presentación y defensa del trabajo, tipo de trabajo…)	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/informacion-trabajo-final https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/normativa-ucv-trabajo-final
Movilidad de los estudiantes (organización de la movilidad por títulos, centros, programas de intercambio,…)	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/movilidad-titulacion https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-

Aspectos a evaluar	Enlace
	universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/normativa https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/erasmus_estudios https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/erasmus_practicas https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/sicue https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/mundus_estudios https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/mundus_practicas https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/comenius
Cumplimiento de los compromisos incluidos en la memoria de verificación con respectos a la obtención de las competencias del título (procedimiento establecido en la titulación para valorar el progreso y los resultados de aprendizaje de los estudiantes)	El progreso en los resultados de aprendizaje de los estudiantes se valora a través de los sistemas de evaluación que cada profesor introduce en su asignatura, también se valora la adquisición de competencias de cada estudiante, ya que los resultados de aprendizaje están vinculados a las competencias que se trabajan en cada asignatura. La relación entre resultados de aprendizaje, competencias y sistemas de evaluación está disponible públicamente en cada guía docente: https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/guias-docentes

DESCRIPCIÓN DE LA RECOMENDACIÓN:	Criterio 1.- Organización y desarrollo. Se recomienda asignar un coordinador/a de módulo que cumpla funciones de coordinación y que así se explicite en las guías docentes
TIPO DE INFORME:	INFORME DEFINITIVO DE RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES DE GRADO, MÁSTER Y DOCTORADO
FECHA DEL INFORME:	27/07/2016
ACCIONES PROPUESTAS:	Nombrar un coordinador para cada módulo del máster
RESPONSABLE:	Director del Máster
FECHAS DE APLICACIÓN:	Curso 2016-17
ENLACE WEB:	Guías Docentes: https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/guias-docentes

DESCRIPCIÓN DE LA RECOMENDACIÓN:	Criterio 1.- Organización y desarrollo. Respecto a la matrícula del Máster, en las ediciones de 2013/14 y 2014/15 no se ha llegado ni a la mitad de los alumnos previstos en la memoria de verificación del título. En este sentido, deberá solicitarse un cambio en dicha memoria, para que el número de estudiantes matriculados especificados en la misma sea más realista.
TIPO DE INFORME:	INFORME DEFINITIVO DE RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES DE GRADO, MÁSTER Y DOCTORADO
FECHA DEL INFORME:	27/07/2016
ACCIONES PROPUESTAS:	Analizar la posibilidad de plantear un modifica para ajustar las plazas verificadas.
RESPONSABLE:	Director del Máster
FECHAS DE APLICACIÓN:	Curso 2016-17
ENLACE WEB:	

DESCRIPCIÓN DE LA RECOMENDACIÓN:	Criterio 1.- Organización y desarrollo. Con respecto a la memoria, ha cambiado el nombre de la Facultad a la que está adscrita la titulación
TIPO DE INFORME:	INFORME DEFINITIVO DE RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES DE GRADO, MÁSTER Y DOCTORADO
FECHA DEL INFORME:	27/07/2016
ACCIONES PROPUESTAS:	Analizar la posibilidad de plantear un modifica para cambiar el nombre de la Facultad a la que está adscrito el máster
RESPONSABLE:	Director del Máster
FECHAS DE APLICACIÓN:	Curso 2016-17
ENLACE WEB:	

DESCRIPCIÓN DE LA RECOMENDACIÓN:	Criterio 2.- Información y transparencia. Se recomienda la revisión de las guías docentes, completando la información que falta y revisando y editando la información actual: no se informa de la tasa de presencialidad de los módulos o del número de horas de docencia presencial y virtual y cómo se reparten.
TIPO DE INFORME:	INFORME DEFINITIVO DE RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES DE GRADO, MÁSTER Y DOCTORADO
FECHA DEL INFORME:	27/07/2016
ACCIONES PROPUESTAS:	Se revisarán todas las guías docentes completando la información sugerida
RESPONSABLE:	Coordinador del Máster
FECHAS DE APLICACIÓN:	Curso 2016-17
ENLACE WEB:	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/guias-docentes

DESCRIPCIÓN DE LA RECOMENDACIÓN:	Criterio 2.- Información y transparencia. Se recomienda más información sobre los profesores del máster en la página web.
TIPO DE INFORME:	INFORME DEFINITIVO DE RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES DE GRADO, MÁSTER Y DOCTORADO
FECHA DEL INFORME:	27/07/2016
ACCIONES PROPUESTAS:	Se trasladará a los servicios responsables de la Web de la Universidad la necesidad de publicar un CV abreviado de los docentes
RESPONSABLE:	Coordinador del Máster
FECHAS DE APLICACIÓN:	Curso 2016-17
ENLACE WEB:	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-nombre-de-profesor

DESCRIPCIÓN DE LA RECOMENDACIÓN:	Criterio 2.- Información y transparencia. Se ha detectado información contradictoria entre el plan de estudios que figura en la web y los nombres de las asignaturas del folleto informativo del máster, que se encuentra como pdf descargable en la página de inicio del mismo.
TIPO DE INFORME:	INFORME DEFINITIVO DE RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES DE GRADO, MÁSTER Y DOCTORADO
FECHA DEL INFORME:	27/07/2016
ACCIONES PROPUESTAS:	Revisar la información publicada en la web y en el PDF descargable del máster para eliminar las posibles contradicciones
RESPONSABLE:	Coordinador del Máster
FECHAS DE APLICACIÓN:	Curso 2016-17
ENLACE WEB:	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-nombre-de-profesor

DESCRIPCIÓN DE LA RECOMENDACIÓN:	Criterio 3.- Sistema de garantía interno de calidad (SGIC). Profundizar en aquellas acciones de mejora detectadas como la participación de los distintos colectivos en las encuestas de satisfacción o el aprovechamiento de los resultados para adoptar mejoras específicas para la titulación
TIPO DE INFORME:	INFORME DEFINITIVO DE RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES DE GRADO, MÁSTER Y DOCTORADO
FECHA DEL INFORME:	27/07/2016
ACCIONES PROPUESTAS:	Contactar con alumnos, profesores, tutores, personal de administración cuando tengan que rellenar las encuestas a través de correos recordatorios cada quince días como máximo. Mantener al menos una reunión anual para concienciar a los profesores de la bonanza del sistema de recogida de información para mejorar la organización y la docencia en el grado. Mantener al menos una reunión anual con los delegados de alumnos para explicarles la importancia de un sistema de calidad interna fuerte, que implica la participación mayoritaria de los grupos de interés del grado, a través de un sistema de recogida de datos, análisis de los mismos y propuestas de mejora.
RESPONSABLE:	Coordinador del Máster
FECHAS DE APLICACIÓN:	Curso 2016-17
ENLACE WEB:	https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/encuestas-de-satisfaccion

DESCRIPCIÓN DE LA RECOMENDACIÓN:	Criterio 4.- Personal académico. Se recomienda seguir trabajando con el horizonte de ampliar la tasa de PDI doctor y de PDI a tiempo completo.
TIPO DE INFORME:	INFORME DEFINITIVO DE RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES DE GRADO, MÁSTER Y DOCTORADO
FECHA DEL INFORME:	27/07/2016
ACCIONES PROPUESTAS:	Se trabajará con el horizonte de ampliar la tasa de PDI doctor y de PDI a tiempo completo.
RESPONSABLE:	Director del Máster
FECHAS DE APLICACIÓN:	Curso 2016-17
ENLACE WEB:	Investigación, Guía del profesor: http://www.ucv.es/investigacion/guia-del-profesor/introduccion

DESCRIPCIÓN DE LA RECOMENDACIÓN:	Criterio 5.- Personal de apoyo, recursos materiales y servicios. Facilite a los estudiantes el acceso a base de datos de revistas científicas (ISI, Scopus,etc),
TIPO DE INFORME:	INFORME DEFINITIVO DE RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN DE TÍTULOS OFICIALES DE GRADO, MÁSTER Y DOCTORADO
FECHA DEL INFORME:	27/07/2016
ACCIONES PROPUESTAS:	Solicitar el acceso a la base de datos de revistas científicas para los alumnos
RESPONSABLE:	Adjunto al Vicerrectorado de Profesorado y Formación Continua
FECHAS DE APLICACIÓN:	Curso 2016-17
ENLACE WEB:	Biblioteca: http://www.ucv.es/campus-life/biblioteca/presentacion

- **INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC CURSO 2016-17**

- **ANEXOS SGIC CURSO 2016-17**

- **PLAN DE MEJORAS CURSO 2016-17**

1. Introducción.

La finalidad del presente documento es realizar el seguimiento de la Implantación del SGIC, a través de un análisis cuantitativo y cualitativo del funcionamiento del título. Todos los resultados, análisis y conclusiones son tratados por la Comisión de Calidad de la Facultad de Filosofía, Antropología y Trabajo Social y quedan recogidos en este documento (aprobado en fecha, Acta nº número) y en el Plan de Mejoras de la Facultad (aprobado en fecha, Acta nº número) siendo públicos y puestos a disposición de la comunidad universitaria a través del siguiente enlace:

https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/documentacion-sgic

Organización del SGIC en la Facultad y en la titulación

La responsabilidad del SGIC recae sobre el Coordinador de Calidad y la Comisión de Calidad.
El representante de la titulación en la comisión de calidad es Dª Silvia Moya
La comisión de calidad se ha reunido durante el curso 2016-17 en dos ocasiones

Miembros de la Comisión de calidad

COMISIÓN DE CALIDAD DE LA FACULTAD			
FECHA DE APROBACIÓN:			
NOMBRE	**TIPO**	**CATEGORÍA**	**CARGO COMISIÓN**
Ginés Santiago Marco Perles	PDI	Decano	Presidente
Alfredo Esteve Martín	PDI	Coordinador	Representante del Grado en Filosofía Online
María Díaz del Rey	PDI	Secretaria Académica	Coordinadora de Calidad
José Alfredo Peris Cancio	PDI	Coordinador	Representante del Máster Universitario en Doctrina Social de la Iglesia
José Ignacio Prats Mora	PDI	Coordinador	Representante del Máster Universitario en Ciencias del Matrimonio y la Familia
Ángela Calero	PDI	Coordinadora	Representante del Grado en Trabajo Social
Silvia Moya Rozalen	PAS	Coordinadora postgrado	Representante del PAS
María Navarro	Alumna	Alumna	Representante de los estudiantes
Isabel Miguel-Sin Bolea	PAS	Técnico de Calidad	Representante de la Oficina de Calidad, Verificación y Acreditación

Enlace al Manual de Calidad y de Procesos

Se puede acceder a los documentos del SGIC de la Facultad de Filosofía, Antropología y Trabajo Social a través de siguiente enlace:

https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/documentacion-sgic

A su vez, algunos procedimientos del SGIC de la Facultad están referidos a los del Sistema Integrado de Calidad de la UCV y se puede acceder a través de los dos siguientes medios:

- de la dirección URL https://www.ucv.es/calidad/sistemaintegrado.aspx y con la clave de acceso: 7hqzu9je98qdYL18r3LS

- de los procedimientos del SGIC de la Facultad, en los que están enlazados los nombres de los procedimientos referenciados del Sistema Integrado (P-XX y PCA-XX recuadrados) y con la clave de acceso: 7hqzu9je98qdYL18r3LS

Mejoras alcanzadas curso anterior

Durante el curso 2016-17 se ha conseguido alcanzar los siguientes aspectos de mejora planteados en el curso anterior:

1.- Facilitar la formación permanente del claustro de profesores de la Facultad: se han organizado seminarios a los que han estado invitados todos los profesores del grado y han acudido en número suficiente. Se da por finalizado el plan de mejora.

2.- Mejorar la coordinación entre las distintas asignaturas del plan de estudios: se han programado reuniones de coordinación entre los profesores que imparten asignaturas relacionadas según los módulos establecidos en la memoria verificada del título y se han redactado actas de las mismas. Se da por finalizado el plan de mejora.

3.- Continuar con el aumento de la participación en la Encuesta de evaluación de la actividad docente: la tasa de participación del curso 2016-17 ha sido elevada (67,44%).

4.- Aumentar la participación en las encuestas de satisfacción de todos los grupos de interés: todos los grupos de interés han tenido una tasa de participación incluidas las prácticas ya que al ser voluntarias las solicitan muy pocos alumnos.

2. Resultados e indicadores

Indicadores AVAP

Enlace al apartado de indicadores de la titulación

Indicador		13-14	14-15	15-16	16-17	
Tasa de rendimiento	Resultado esperado	≥ 80,00%	≥ 80,00%	≥ 80,00%	≥ 80,00%	
	Resultado obtenido	84,71%	97,53%	91,76%	91,14%	
Tasa de éxito	Resultado esperado	≥ 90,00%	≥ 90,00%	≥ 90,00%	≥ 90,00%	
	Resultado obtenido	100,00%	100,00%	100,00%	98,63%	
Tasa de abandono	Resultado esperado	≤ 10,00%	≤ 10,00%	≤ 10,00%	≤ 10,00%	
	Resultado obtenido	23,53%	0,00%	16,67%	-	
Tasa de eficiencia de los graduados	Resultado esperado	≥ 80,00%	≥ 80,00%	≥ 80,00%	≥ 80,00%	
	Resultado obtenido	100,00%	98,68%	95,24%	98,48%	
Tasa de graduación	Resultado esperado	≥ 70,00%	≥ 70,00%	≥ 70,00%	≥ 70,00%	
	Resultado obtenido	76,47%	87,50%	62,50%	-	
Tasa de oferta / demanda	Resultado esperado	≥ 40,00%	≥ 40,00%	≥ 40,00%	≥ 40,00%	
	Resultado obtenido	47,50%	63,33%	55,00%	57,50%	
Tasa de matriculación	Resultado esperado	≥ 25,00%	≥ 25,00%	≥ 25,00%	≥ 25,00%	
	Resultado obtenido	42,50%	40,00%	45,00%	47,50%	
Tasa de PDI Doctor	Resultado esperado	≥ 25,00%	≥ 25,00%	≥ 25,00%	≥ 25,00%	
	Resultado obtenido	30,77%	31,82%	57,14%	66,67%	
Tasa de PDI a tiempo completo	Resultado esperado	≥ 5,00%	≥ 5,00%	≥ 5,00%	≥ 5,00%	
	Resultado obtenido	7,69%	13,95%	57,14%	83,33%	

Otros

Indicador	Resultado	13-14	14-15	15-16	16-17
Nº de profesores acreditados por ANECA o alguna de las agencias de Evaluación de las CC.AA.	esperado	-	≥ 5	≥ 5	≥ 5
	obtenido	5	5	-	2
Porcentaje de participación del PDI en actividades de formación	esperado	≥ 3,57%	≥ 3,57%	≥ 3,57%	≥ 3,57%
	obtenido	14,29%	13,64%	-	50%
Porcentaje de participación del PAS en actividades de formación	esperado	≥ 20,00%	≥ 20,00%	≥ 20,00%	≥ 20,00%
	obtenido	22,50%	59,88%	30,74%	54,46%

Docentia

Enlace a la web de Docentia

https://www.ucv.es/quienes-somos/calidad/profesores/docentia

CALIFICACIÓN	EXCELENTE	NOTABLE	SUFICIENTE	DESFAVORABLE
1 PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA	0 (0,00 %)	2 (100,00%)	0 (0,00 %)	0 (0,00 %)
2 DESARROLLO DE LA ENSEÑANZA	0 (0,00 %)	2 (100,00%)	0 (0,00 %)	0 (0,00 %)
3 RESULTADOS	0 (0,00 %)	2 (100,00%)	0 (0,00 %)	0 (0,00 %)
4 MEJORA E INNOVACIÓN	1 (50,00%)	0 (0,00 %)	0 (0,00 %)	1 (50,00%)
CALIFICACIÓN GLOBAL	**0 (0,00 %)**	**2 (100,00%)**	**0 (0,00 %)**	**0 (0,00 %)**

* promedio de puntuaciones por titulación entre todos los profesores que intervienen en el Máster a lo largo del periodo evaluado (cursos 2013-14, 2014-15 y 2015-16) y han participado en la 6ª CONVOCATORIA DOCENTIA-UCV

Inserción laboral

Enlace al informe en la web

https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/estudios-de-insercion-laboral

		Egresados 13-14 / 14-15	Egresados 15-16
Porcentaje de egresados que ha mejorado su situación laboral	Resultado esperado	≥ 25,00%	≥ 25,00%
	Resultado obtenido	73,00%	57,00%
Relación del actual empleo con la titulación cursada (poca, bastante o mucha)	Resultado esperado	≥ 25,00%	≥ 25,00%
	Resultado obtenido	72,72%	85,00%

Análisis y comentarios

La evolución de los indicadores de calidad del título que se publican en la web es satisfactoria, la evolución histórica de los resultados demuestra que la implantación del Máster en Marketing Político y Comunicación Institucional se ha realizado de forma satisfactoria, destacando el buen comportamiento de la tasa de éxito y eficiencia de los egresados. En cuanto a la tasa de abandono (16,67%) y la tasa de graduación (62,50%) han sido peores respecto a las del curso 2015-16 (0,00% y 87,50% respectivamente) por lo que es necesario abrir una acción de mejora para averiguar las causas de estos valores desviados del valor esperado.

El resultado de DOCENTIA es satisfactorio para el profesor que ha acudido a la 6ª convocatoria y en cuanto a la inserción laboral, se dispone de los resultados correspondientes a los egresados del curso 2015-16 (10 alumnos), con resultados positivos. El 57% de ellos ha mejorado su situación laboral y el 100% considera y el 85% considera que su empleo está muy o bastante relacionado con los estudios.

3. Satisfacción de los grupos de interés y participación en las encuestas

Enlace al apartado web de las encuestas

https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/encuestas-de-satisfaccion

https://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/evaluacion-resultados-encuestas

Calidad de la enseñanza (la planificación, el desarrollo de la enseñanza en el título y la evaluación del aprendizaje). • Calidad de la docencia que imparte el profesorado. • Calidad de las prácticas externas y los programas de movilidad. • Grado de inserción laboral y la satisfacción de los egresados con la formación recibida. • Grado de satisfacción de los distintos grupos de interés implicados en el título: profesorado, personal de administración y servicios, estudiantes, empleadores, etc. • Atención a las sugerencias y reclamaciones

Estudiantes

Encuesta de evaluación de la actividad docente		13-14	14-15	15-16	16-17
Índice de satisfacción de los estudiantes con la coordinación docente (ítem 2)	Resultado esperado	≥ 4,50	≥ 4,50	≥ 4,50	≥ 4,50
	Resultado obtenido			-	-
Índice de satisfacción con la actividad docente (ítem 19)	Resultado esperado	≥ 4,50	≥ 4,50	≥ 4,50	≥ 4,50
	Resultado obtenido	5,04	-	4,93	5,04

Egresados

Encuesta de satisfacción egresados		13-14	14-15	15-16	16-17
Índice de satisfacción con la titulación cursada (ítem 28)	Resultado esperado	≥ 3,10	≥ 3,10	≥ 3,10	≥ 3,10
	Resultado obtenido	3,50	1,00	-	3,00

PDI

Encuesta de satisfacción del PDI		13-14	14-15	15-16	16-17
Índice de satisfacción del profesorado (promedio todos los ítems)	Resultado esperado	≥ 2,67	≥ 2,67	≥ 2,67	≥ 2,67
	Resultado obtenido	3,24	3,52	3,48	3,37

PAS

Encuesta de satisfacción del Pas		13-14	14-15	15-16	16-17
Índice de satisfacción del PAS (promedio todos los ítems)	Resultado esperado	≥ 2,80	≥ 2,80	≥ 2,80	≥ 2,80
	Resultado obtenido	3,14	3,13	3,06	3,13

Prácticas (*)

Encuestas de satisfacción prácticas		13-14	14-15	15-16	16-17
Índice de satisfacción del alumno con las prácticas (ítem 18)	Resultado esperado	≥ 3,00	≥ 3,00	≥ 3,00	≥ 3,00
	Resultado obtenido	-	-	2	3,5
Índice de satisfacción del tutor de prácticas (ítem 15)	Resultado esperado	≥ 2,60	≥ 2,60	≥ 2,60	≥ 2,60
	Resultado obtenido	-	-	4	3,67

Porcentajes de Participación

	13-14	14-15	15-16	16-17
Encuesta de evaluación de la actividad docente	20,27%	-	-	67,44%
Encuesta egresados	83,33%	13,33%	-	7
Encuesta PDI	50,00%	9,09%%	16	31
Encuesta PAS	58,33%	68,44%	54,09%	22,00%
Encuesta alumnos prácticas (*)	-	-	1	2
Encuesta tutores prácticas (*)	-	-	1	3

(*) las prácticas son voluntarias en esta titulación

Análisis y comentarios

Con el listado de encuestas de satisfacción que se indican en este apartado, se considera que la titulación dispone de suficientes medios para obtener información de los principales grupos de interés implicados en la titulación y sobre los aspectos más relevantes:

- Satisfacción estudiantes.
- Satisfacción egresados.
- Satisfacción PAS/PDI
- Satisfacción prácticas
- Satisfacción movilidad

Los resultados obtenidos en los diferentes indicadores se encuentran dentro de los parámetros de calidad establecidos por la Comisión de Calidad y se observa un buen porcentaje de participación de todos los grupos de interés.
No obstante, la satisfacción de los egresados con la titulación está justo en el valor esperado y la tasa de participación suficientemente alta como para que los resultados sean representativos. Se abre una acción de mejora para conocer las causas de este resultado.

4. Quejas, sugerencias y felicitaciones

		13-14	14-15	15-16	16-17
Tiempo medio atención de las quejas/sugerencias.	Resultado esperado	≤ 10	≤ 10	≤ 10	≤ 10
	Resultado obtenido	-	-	-	-
Porcentaje de quejas/sugerencias atendidas.	Resultado esperado	≥ 70,00%	≥ 70,00%	≥ 70,00%	≥ 70,00%
	Resultado obtenido	-	-	-	-

Análisis y comentarios

Enlace al buzón on-line https://www.ucv.es/buzon-de-quejas-y-sugerencias

Breve explicación del funcionamiento del buzón on-line, como se asignan las quejas/sugerencias/felicitaciones, etc…y análisis de los resultados:

Cuando un usuario realiza una queja/sugerencia/felicitación a un servicio o facultad, el responsable del mismo recibe en su correo una notificación indicándole el nombre del usuario y un número de identificación de queja/sugerencia/felicitación.

Los registros del buzón de sugerencias / Quejas / Felicitaciones que corresponden a la Facultad son recopiladas por el Coordinador de Calidad para presentarlos a la Comisión de Calidad de la Facultad.
Para gestionar la queja se pueden realizar las siguientes acciones: no procede, necesita solución o solicitar reasignación.
En la gestión de la sugerencia el responsable del título la califica cómo: no procede, acción preventiva, No conformidad, solicitar reasignación o atender para darle una respuesta inmediata.
Para la gestión de la felicitación las acciones son: responder o reasignar.

La Comisión de Calidad analiza los resultados y acuerda la toma de decisiones pertinentes que quedarán reflejadas en un plan de acciones de mejora.

No obstante, la atención personalizada que se ofrece al alumno del título permite diálogo directo entre alumno, profesorado y responsables del título, lo que supone una anticipación y resolución más ágil que la presentación formal, ya sea a través del buzón online o en formato papel, de posibles quejas, sugerencias o felicitaciones de la comunidad universitaria o de cualquier grupo de interés implicado en el título.

5. Plan de Mejoras

01-1617
Titulación
MU Marketing político y comunicación institucional
Acción de Mejora
Analizar y mejorar la satisfacción de los estudiantes con la titulación
Tareas a desarrollar
Reuniones con los estudiantes para analizar las causas de la baja satisfacción
Responsable de la Tarea
Coordinador de la titulación
Temporalización
Un curso académico
Recursos necesarios
Reuniones del Responsable del Título con el alumnado.
Indicador asociado
Satisfacción de los estudiantes con la titulación
Responsable seguimiento
Coordinador de calidad
Beneficios esperados
Mayor satisfacción de los estudiantes con el máster
Resultados esperados
Mejorar la satisfacción de los estudiantes con la titulación

01-1617
Titulación
MU Marketing político y comunicación institucional
Acción de Mejora
Analizar y mejorar la tasa de abandono y de graduación
Tareas a desarrollar
Contactar con los estudiantes que han abandonado para analizar las causas de su abandono
Responsable de la Tarea
Coordinador de la titulación
Temporalización
Un curso académico
Recursos necesarios
Reuniones del Responsable del Título con el alumnado.
Indicador asociado
Tasa de abandono / Tasa de graduación
Responsable seguimiento
Coordinador de calidad
Beneficios esperados
Más estudiantes que terminen los estudios en el tiempo estipulado
Resultados esperados
Mejorar la tasa de abandono y la tasa de graduación

ANEXOS SGIC

CURSO 2016-17

La responsabilidad del Sistema de Garantía Interno de calidad (SGIC) recae sobre el Coordinador de Calidad y la Comisión de Calidad. Los Miembros de la Comisión de Calidad son:

COMISIÓN DE CALIDAD DE LA FACULTAD			
NOMBRE	**TIPO**	**CATEGORÍA**	**CARGO COMISIÓN**
Ginés Santiago Marco Perle	PDI	Decano	Presidente
			Responsable del Grado en Filosofía Online
			Responsable del Master Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional Responsable del Máster Universitario en Ciencias del Matrimonio y la Familia
Alfredo Esteve Martín	PDI	Vicedecano	Responsable del grado de Filosofía
María Díaz del Rey	PDI	Secretaria Académica	Coordinadora de Calidad
José Alfredo Peris Cancio	PDI	Coordinador	Responsable del Máster Universitario en Doctrina Social de la Iglesia
José Ignacio Prats Mora	PDI	Coordinador	Responsable del Máster Universitario en Ciencias del Matrimonio y la Familia
Ángela Calero	PDI	Coordinadora	Responsable del grado de Trabajo Social
Silvia Moya Rozalen	PAS	Coordinadora postgrado	Representante del PAS
María Navarro	Alumna	Alumna	Representante de los estudiantes
Isabel Miguel-Sin Bolea	PAS	Técnico de Calidad	Representante de la Oficina de Calidad, Verificación y Acreditación

Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir

Encuestas de Profesorado por titulación

Informe de Medias. Curso 16/17.

DATOS DE LA TITULACIÓN

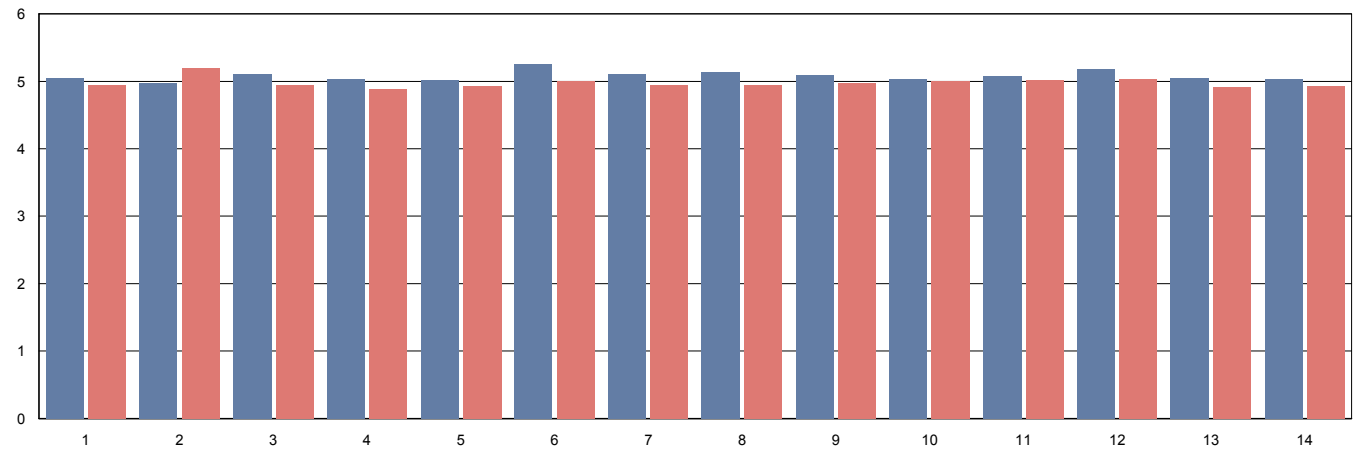
Título: **Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional**
Facultad: **46035574**
Facultad de Filosofía, Antropología y Trabajo Social

		Medias (n)			
		Titulo		Universidad	
Planificación de la docencia					
1	La guía docente te aporta información útil sobre la asignatura (contenidos, planificación, metodología, criterios de evaluación, etc.)	5.06	54	4.95	7.756
Desarrollo de la enseñanza					
2	El/la profesor/a es puntual en el inicio y la finalización de las clases (o sesiones comunes e-presenciales).	4.98	54	5.20	7.948
3	Los objetivos y los contenidos de la asignatura/módulo se explican con detalle en las sesiones iniciales.	5.11	54	4.95	7.966
4	La estructura de las sesiones es clara, lógica y organizada.	5.04	54	4.89	7.975
5	El/la profesor/a explica bien.	5.02	53	4.93	7.941
6	Favorece la participación del estudiante en el desarrollo de las actividades docentes (facilita que exprese sus opiniones, incluye tareas individuales o de grupo, etc.)	5.26	54	5.00	7.964
7	El desarrollo de la asignatura/módulo se ajusta a lo previsto en la guía docente.	5.11	54	4.94	7.830
8	Se facilitan los recursos necesarios y adecuados para que los/as alumnos/as puedan seguir la asignatura y profundizar, si lo desean, en los contenidos impartidos (bibliografía, ejemplos reales, etc.)	5.13	54	4.94	7.972
9	Los métodos y sistemas de evaluación se ajustan a lo establecido en la guía docente.	5.09	54	4.98	7.741
10	El proceso de evaluación es objetivo y transparente.	5.04	54	5.00	7.740
11	La atención al alumno (tutorías, consultas presenciales, etc.) es adecuada.	5.07	54	5.02	7.583
12	El/la profesor/a utiliza adecuadamente los recursos disponibles en la plataforma de teleformación (si procede).	5.19	54	5.03	7.475
Resultados					
13	Los contenidos y actividades desarrolladas (sesiones, casos prácticos, etc.) han contribuido a alcanzar los objetivos de la asignatura/módulo.	5.06	54	4.92	7.951
14	Globalmente estoy satisfecho con el/la profesor/a de esta asignatura/módulo y con los valores que ha transmitido a través de la enseñanza.	5.04	54	4.92	7.955

DATOS DE LA TITULACIÓN

Título: **Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional**
Facultad: **46035574**
Facultad de Filosofía, Antropología y Trabajo Social

Gráfico de Medias (Titulación/Universidad)



La media es de 1 a 6, siendo los valores los siguientes: 1-Totalmente en desacuerdo; 2-Muy en desacuerdo; 3-En desacuerdo; 4-De acuerdo; 5-Muy de acuerdo; 6-Totalmende de acuerdo. Las respuestas NC no se computan en la media, y el nº indicado al lado de la misma indica la cantidd de encuestas en las que se ha respondido a dicha pregunta

1. PARTICIPACIÓN EN6ªCONVOCATORIA DOCENTIA-UCV

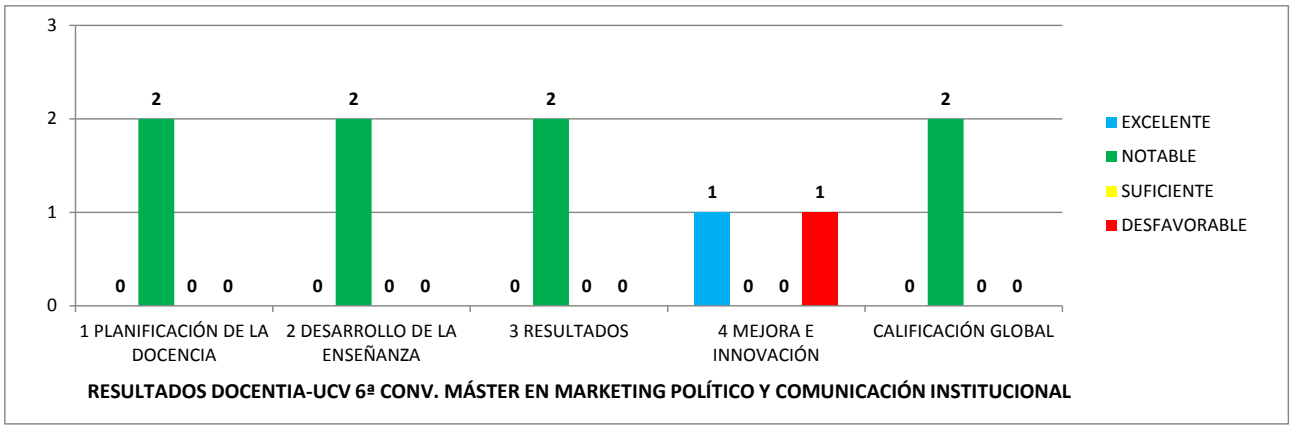
Total profesores participantes 6ª CONVOCATORIA DOCENTIA-UCV en la titulación	**2**

2. CALIFICACIONES DE LA EVALUACIÓN 6ª CONVOCATORIA DOCENTIA-UCV*

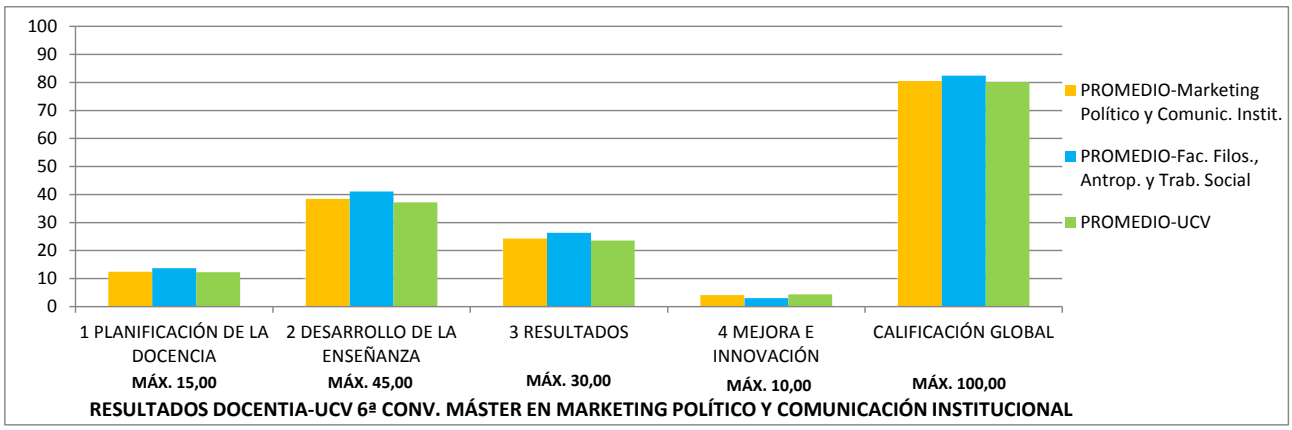
* promedio de puntuaciones por titulación entre todos los profesores que intervienen en el Máster a lo largo del periodo evaluado (cursos 2013-14, 2014-15 y 2015-16) y han participado en la 6ª CONVOCATORIA DOCENTIA-UCV.

2.1 DISTRIBUCIÓN DE RESULTADOS

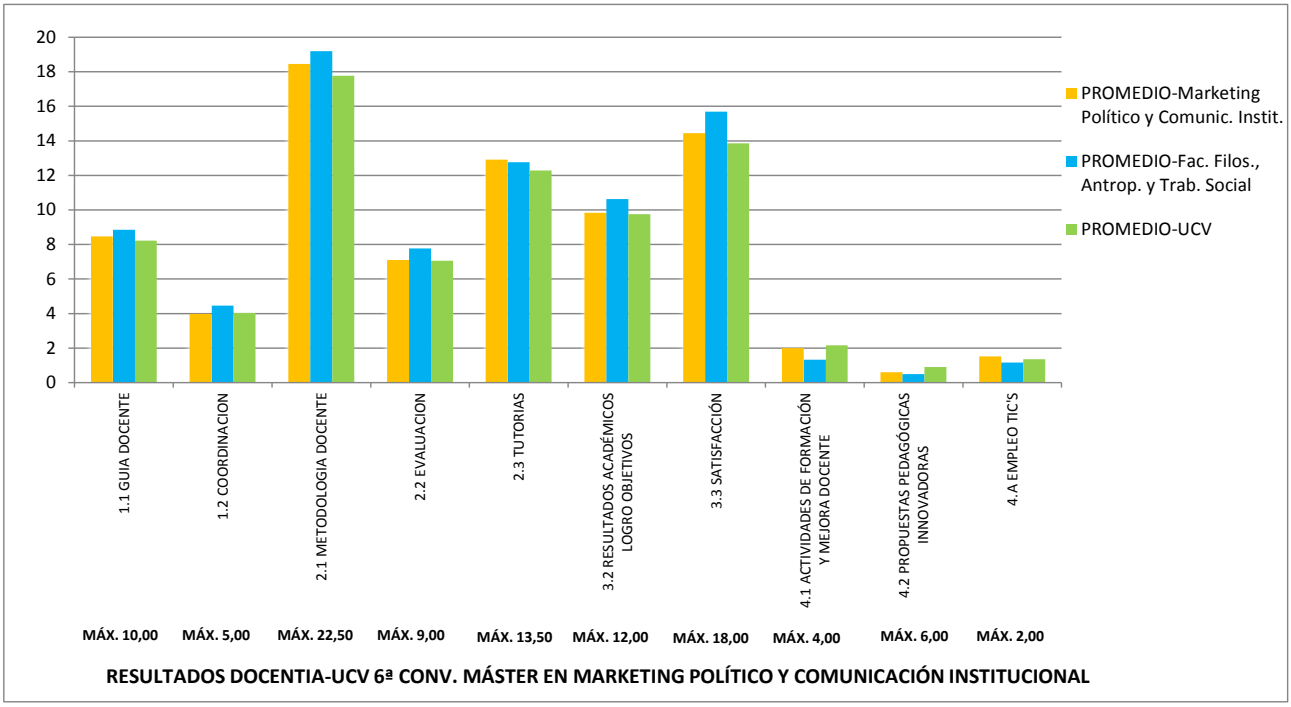
CALIFICACIÓN	EXCELENTE	NOTABLE	SUFICIENTE	DESFAVORABLE
1 PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA	0 (0,00%)	2 (100,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)
2 DESARROLLO DE LA ENSEÑANZA	0 (0,00%)	2 (100,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)
3 RESULTADOS	0 (0,00%)	2 (100,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)
4 MEJORA E INNOVACIÓN	1 (50,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)	1 (50,00%)
CALIFICACIÓN GLOBAL	**0 (0,00%)**	**2 (100,00%)**	**0 (0,00%)**	**0 (0,00%)**



2.2 PROMEDIO DE PUNTUACIÓN POR DIMENSIONES



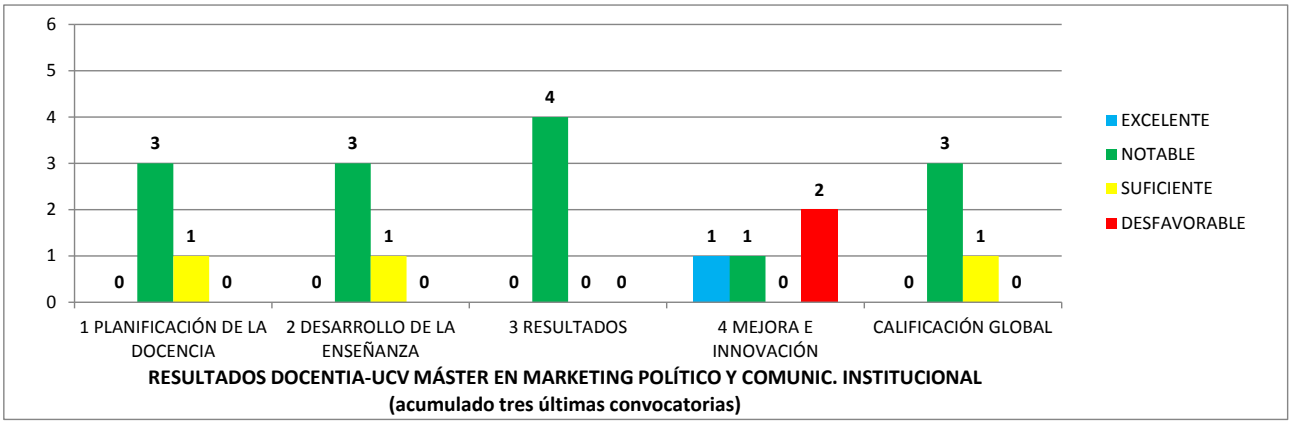
2.3 PROMEDIO DE PUNTUACIÓN POR SUB-DIMENSIONES



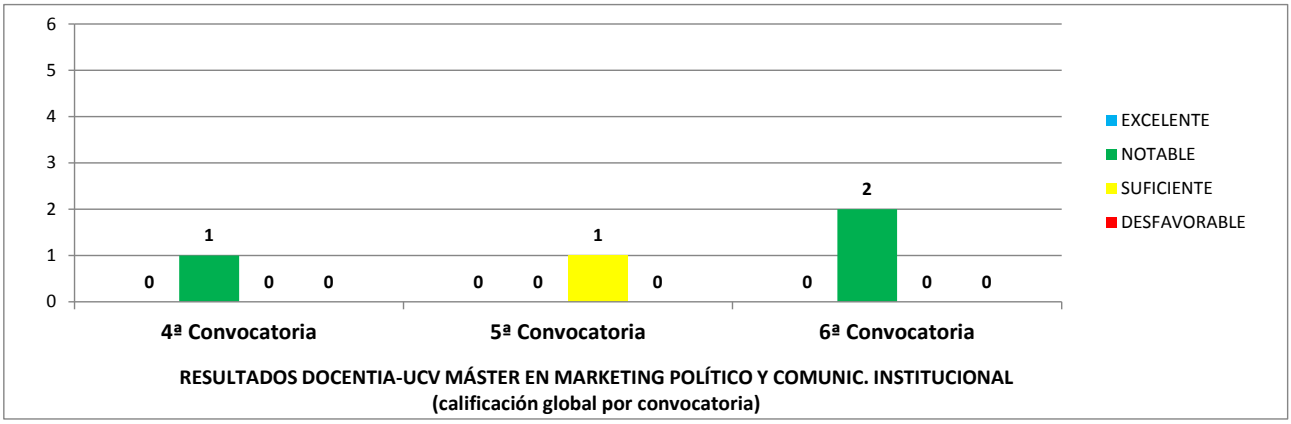
RESULTADOS DOCENTIA-UCV 6ª CONV. MÁSTER EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

2.4 RESULTADOS ACUMULADOS (tres convocatorias)

El modelo de evaluación de la actividad docente DOCENTIA-UCV tiene una cadencia trienal (los profesores participan cada tres cursos), por tanto, se muestran los resultados acumulados de las últimas tres convocatorias (4ª, 5ª y 6ª) y los de la calificación global de cada una de ellas:



RESULTADOS DOCENTIA-UCV MÁSTER EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNIC. INSTITUCIONAL
(acumulado tres últimas convocatorias)

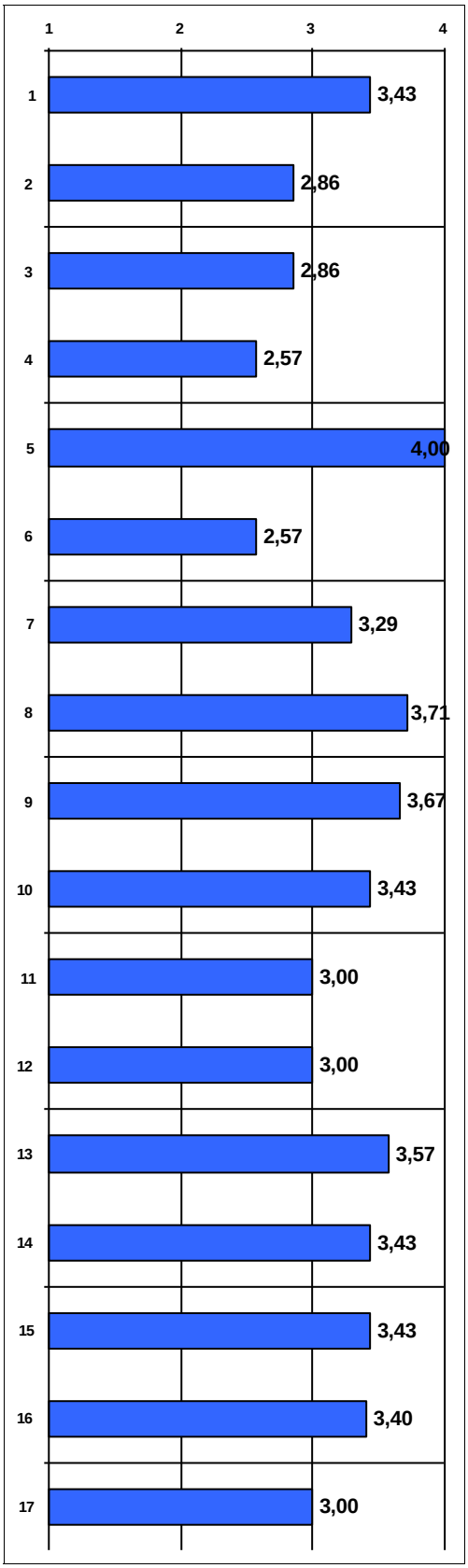


RESULTADOS DOCENTIA-UCV MÁSTER EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNIC. INSTITUCIONAL
(calificación global por convocatoria)

Encuesta sobre la Satisfacción del Egresado con la Titulación 2016-17

Nº respuestas: 7

MASTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLITICO Y COMUNICACION INSTITUCIONAL



1. La información publicada en la web sobre la titulación ha sido útil.
2. En general, los conocimientos adquiridos se adecuan a las necesidades que se demandan en el mundo laboral.
3. Los conocimientos adquiridos han tenido un adecuado equilibrio entre teoría y práctica.
4. El plan de estudios ha tenido una estructura ordenada y lógica.
5. Estoy satisfecho/a con las prácticas que he realizado.
6. La coordinación en la titulación ha sido adecuada (no se han repetido contenidos, no ha habido cargas excesivas de trabajo simultáneas entre distintas asignaturas, etc.)
7. Los profesores/as han ofrecido un nivel de conocimientos adecuado a la titulación.
8. La actitud del profesorado hacia los estudiantes ha sido adecuada.
9. La atención del profesorado en las tutorías ha sido adecuada.
10. Los medios para valorar la actividad docente desarrollada por los profesores (encuestas, valoración de tutorías virtuales, etc.) han sido adecuados.
11. En general, estoy satisfecho/a con las competencias adquiridas (resultados de aprendizaje).
12. El máster cursado me ha ayudado a especializarme como profesional en el campo científico / área de conocimiento de la titulación.
13. Estoy satisfecho/a con la atención recibida por parte del Personal de Administración y Servicios (Secretaría, Conserjería, Reprografía, etc.)
14. Las infraestructuras destinadas al desarrollo de la titulación han sido adecuadas (aulas, bibliotecas, laboratorios, etc.)
15. Los recursos materiales de apoyo al estudio han sido adecuados (fondos bibliográficos, ordenadores, otros materiales, etc.)
16. Estoy satisfecho/a con la atención recibida de los programas de atención al estudiante (Tutores, Orientación al Estudiante, Orientación Profesional, Prácticas, Movilidad, etc.)
17. En general, estoy satisfecho con la titulación cursada.

Las puntuaciones se distribuyen de 1 a 4, siendo los valores los siguientes: 1 - Muy en desacuerdo; 2 - En desacuerdo; 3 - De acuerdo; 4 - Muy de acuerdo. Las repuestas NC no se computan en la media.

Periodo de encuesta: mayo 2017 - septiembre 2017

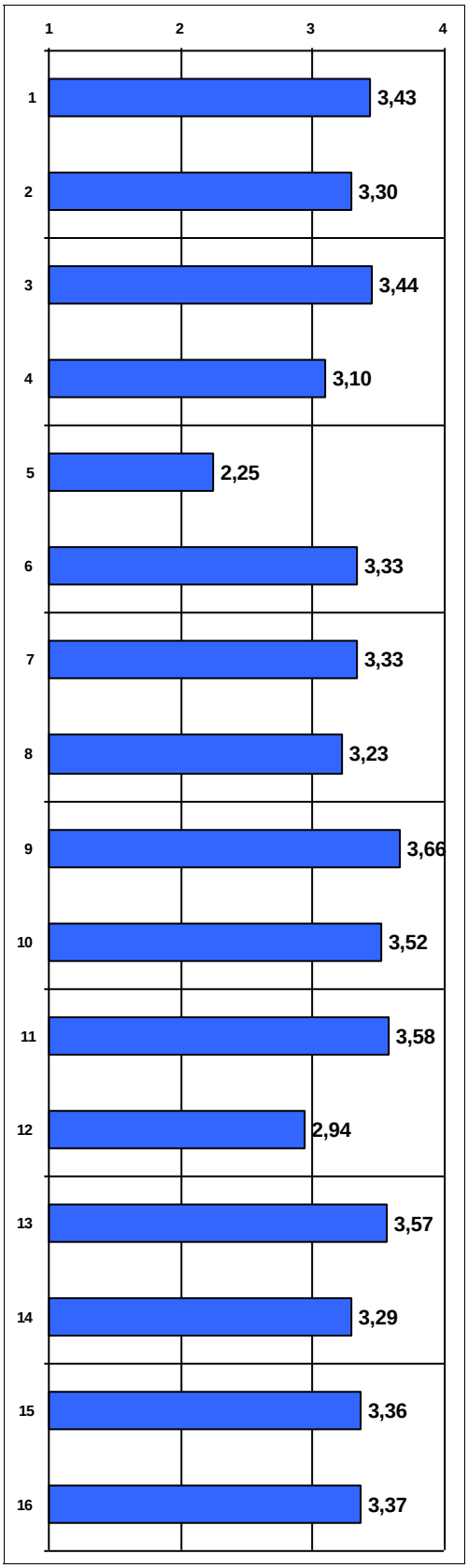
Encuesta sobre la Satisfacción del PDI con la Titulación 2016-17

Titulación:

MASTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLITICO Y COMUNICACION INSTITUCIONAL

Nº respuestas: 31

1. La información publicada en la web sobre la titulación es útil.
2. El plan de estudios de la titulación tiene una estructura ordenada y lógica.
3. Tengo claros los objetivos que ha de alcanzar en el estudiante de la titulación (perfil de egreso).
4. La coordinación entre los profesores de las asignaturas del plan de estudios de la titulación es adecuada (no se han repetido contenidos, no ha habido cargas excesivas de trabajo simultáneas entre distintas asignaturas, etc.)
5. Participo en reuniones y actividades de coordinación de la titulación.
6. La organización de los grupos y la distribución horaria de las asignaturas es adecuada.
7. La secuenciación semestral y anual de las asignaturas es adecuada para el alumno.
8. El tiempo real para desarrollar los contenidos de las asignaturas que imparto en la titulación es adecuado.
9. La ratios alumno/profesor favorece el correcto funcionamiento de la metodología docente que utilizo en la titulación.
10. Las tecnologías que existen a disposición de la docencia en la titulación son útiles (UCVnet, pizarra digital, internet desde el aula, proyectores, etc.)
11. Las instalaciones y el equipamiento del centro para el correcto funcionamiento de la titulación son adecuados (aulas, laboratorios, aparatos especiales, etc.)
12. Los fondos de la/las biblioteca/s cubren las necesidades académicas de los alumnos de la titulación.
13. En general, la atención prestada por el Personal de Administración y Servicios es adecuada.
14. En general, estoy satisfecho/a con las actividades de formación y mejora docente de la UCV.
15. En general, estoy satisfecho/a con los resultados alcanzados por los alumnos en las asignaturas que imparto en la titulación.
16. En general, estoy satisfecho/a con la organización y funcionamiento de la titulación.



Las puntuaciones se distribuyen de 1 a 4, siendo los valores los siguientes: 1 - Muy en desacuerdo; 2 - En desacuerdo; 3 - De acuerdo; 4 - Muy de acuerdo. Las repuestas NC no se computan en la media.

Periodo de encuesta: mayo 2017 - julio 2017

Encuesta sobre la Satisfacción del Alumno con las Prácticas Externas 2016-17

Titulación:

MASTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLITICO Y COMUNICACION INSTITUCIONAL

Nº respuestas: 2

1. La información publicada en la web sobre las prácticas de la titulación es útil.

2. El número de horas establecido en el convenio para el desarrollo de las prácticas ha sido ajustado (1=NO / 4=SI) *:

Porcentaje de respuestas SI: 50%

3. La organización de las prácticas ha sido adecuada (calendario, horarios, comunicación universidad-empresa, etc.)

4. Las prácticas han tenido relación con los conocimientos adquiridos en la titulación..

5. He podido escoger las prácticas que deseaba entre diversas propuestas.

6. La relación con mi tutor de la UCV y la forma en que ha llevado a cabo la tutoría han sido adecuadas.

7. En el centro/empresa he recibido una orientación profesional adecuada.

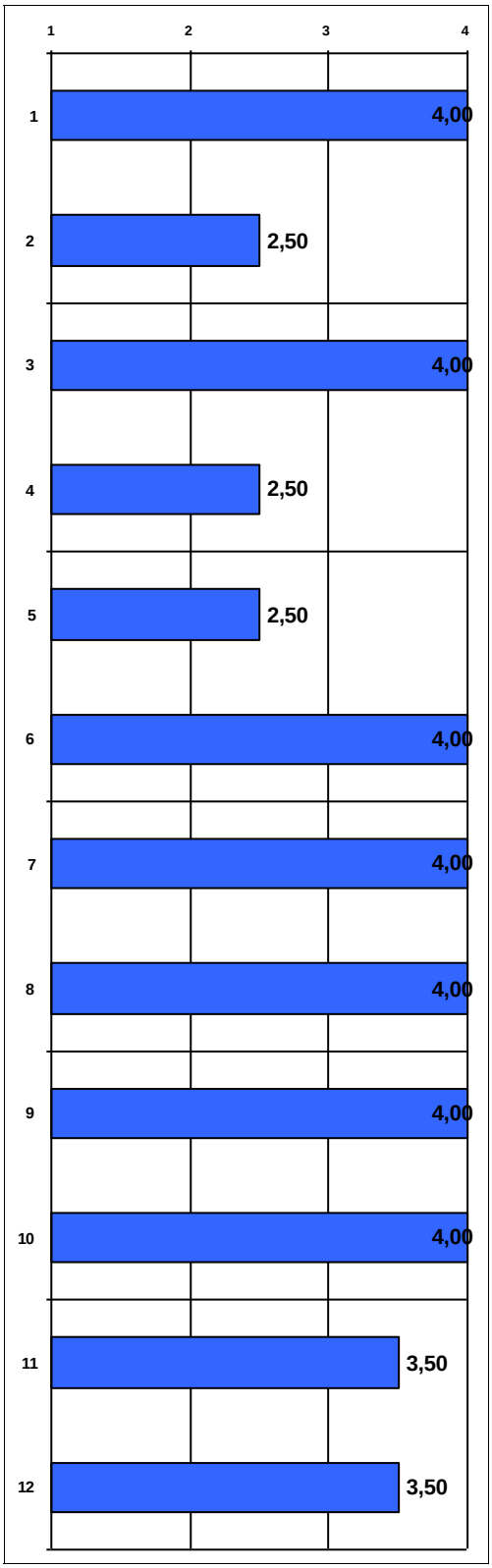
8. En todo momento he realizado tareas acordes con el programa de prácticas.

9. El centro/empresa me ha facilitado todos los recursos necesarios para desarrollar adecuadamente mis tareas.

10. Las prácticas han contribuido a mejorar mi formación como futuro profesional.

11. Con esta experiencia han aumentado mis expectativas de obtener un trabajo en el futuro acorde con mi titulación.

12. Estoy satisfecho con las prácticas realizadas.



*(2) Entre el 50% de respuestas NO → SON MUCHAS HORAS: 100% / SON POCAS HORAS: 0%

Las puntuaciones se distribuyen de 1 a 4, siendo los valores los siguientes: 1 - Muy en desacuerdo; 2 - En desacuerdo; 3 - De acuerdo; 4 - Muy de acuerdo. Las repuestas NC no se computan en la media.

Periodo de encuesta: abril 2017 - septiembre 2017

Encuesta sobre la Satisfacción del Tutor con las Prácticas Externas 2016-17

Titulación:

MASTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLITICO Y COMUNICACION INSTITUCIONAL

Nº respuestas: 3

1. La información publicada en la web sobre las prácticas de la titulación es útil.

2. El programa de prácticas de la titulación ha sido adecuado.

3. La duración del periodo de prácticas es adecuado a los objetivos que se pretenden (1=NO / 4=SI) *:

Porcentaje de respuestas SI: 66,67%

4. La información que he recibido de la UCV respecto de las prácticas ha sido suficiente y clara.

5. La organización de las prácticas ha sido adecuada (calendario, horarios, comunicación universidad-empresa, etc.)

6. La formación teórica de los estudiantes acogidos es adecuada para adquirir y desarrollar las competencias, habilidades, destrezas y capacidades necesarias en este campo.

7. Valore, de manera general, el grado de desempeño que han demostrado los estudiantes según los siguientes resultados de aprendizaje (descriptores del MECES): (1=Nada / 4=Totalmente)

7a. Han adquirido conocimientos en investigación o altamente especializados en su campo de estudio.

7b. Saben aplicar sus conocimientos en contextos investigadores y profesionales o altamente especializados.

7c. Tienen capacidad para resolver problemas en contextos investigadores y profesionales o altamente especializados.

7d. Saben evaluar y seleccionar la información científica adecuada.

7e. Son capaces de formular juicios de manera crítica y reflexiva.

7f. Son capaces de desarrollar nuevas metodologías de trabajo adaptadas al ámbito científico/investigador o profesional.

7g. Saben transmitir resultados procedentes de la investigación científica y tecnológica o del ámbito de la innovación más avanzada.

7h. Han desarrollado autonomía para participar en proyectos de investigación y colaboraciones científicas o tecnológicas.

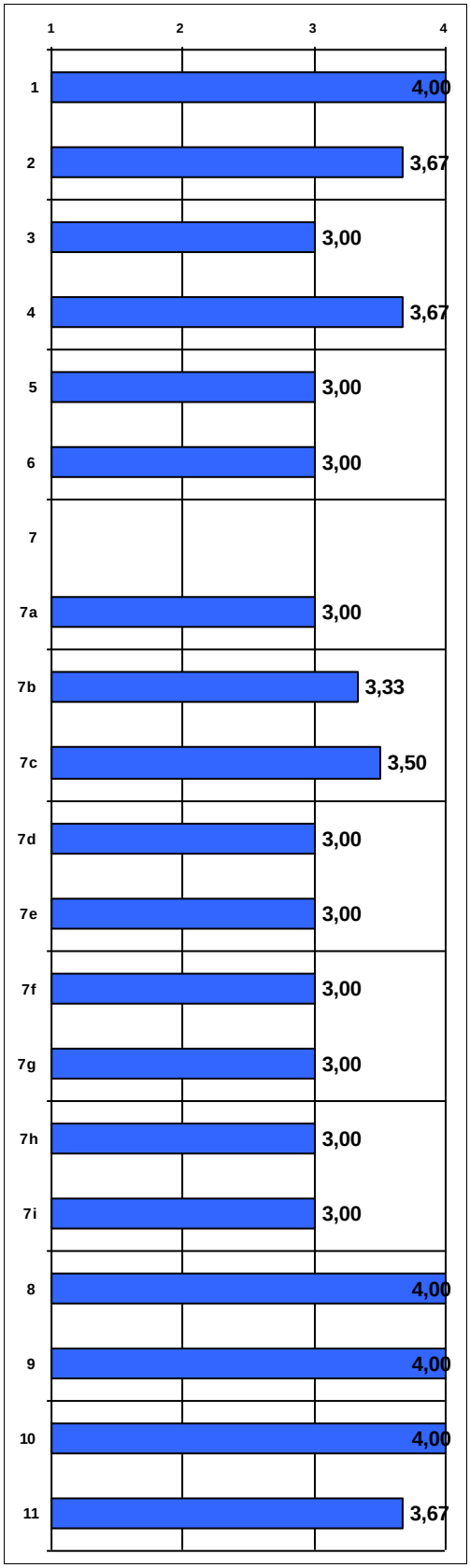
7i. Son capaces de asumir la responsabilidad de su propio desarrollo profesional y especializado.

8. Los programas de prácticas permiten dar al estudiante una formación complementaria relacionada con el perfil profesional actual que buscan las empresas/centros.

9. En general, estoy satisfecho/a con la actitud de los estudiantes acogidos en prácticas (comportamiento, colaboración, puntualidad, etc.)

10. En general, estoy satisfecho/a con los resultados alcanzados por los estudiantes.

11. En general, estoy satisfecho/a con el programa de prácticas de la UCV.



*(3) Entre el 33,33% de respuestas NO → SON MUCHAS HORAS: 100% / SON POCAS HORAS: 0%

Las puntuaciones se distribuyen de 1 a 4, siendo los valores los siguientes: 1 - Muy en desacuerdo; 2 - En desacuerdo; 3 - De acuerdo; 4 - Muy de acuerdo. Las repuestas NC no se computan en la media.

Periodo de encuesta: abril 2017 - septiembre 2017

1. Introducción.

El presente documento deriva del análisis de la Valoración de la Implantación del SGIC de las titulaciones de la Facultad de Filosofía, Antropología y Trabajo Social, en él se propone el Plan de Mejoras correspondiente a los Informes de Implantación del SGIC del Curso2016/2017.

2. Análisis de las mejoras propuestas en informes anteriores

Curso 2015-16

Nº de mejora	**01-1516**
Titulación	
Todas las titulaciones de la facultad.	
Acción de Mejora	
Facilitar la formación permanente del claustro de profesores de la Facultad.	
Estado	
Finalizado	
Resultado	
Se han organizado numerosos seminarios desde la Facultad a los que han acudido un número satisfactorio de profesores.	
OBSERVACIONES	

Nº de mejora	**02-1516**
Titulación	
Todas las titulaciones de la Facultad	
Acción de Mejora	
Mejorar la coordinación entre las distintas asignaturas del plan de estudios.	
Estado	
Finalizado	
Resultado	
Se han programado reuniones de coordinación entre los profesores que imparten asignaturas relacionadas según los módulos establecidos en la memoria verificada del título y se han redactado actas de las mismas.	
OBSERVACIONES	

Nº de mejora	**03-1516**
Titulación	
Todas las titulaciones de la facultad	
Acción de Mejora	

Continuar con el aumento de la participación en la *Encuesta de evaluación de la actividad docente*
Estado
En curso
Resultado
Se constata un leve incremento, aunque insuficiente
OBSERVACIONES
Se continúa esta acción de mejora en el curso 2016-17

Nº de mejora:	**04-1516**
Titulaciones	
Todas las titulaciones de la Facultad	
Acción de Mejora	
Aumentar la participación en las encuestas de satisfacción de todos los grupos de interés	
Estado	
En curso	
Resultado	
Se constata un leve incremento, aunque insuficiente	
OBSERVACIONES	
Se continúa esta acción de mejora en el curso 2016-17.	

Nº de mejora	**05-1516**
Titulación	
Grado en Filosofía	
Acción de Mejora	
Disminuir la tasa de abandono	
Estado	
En curso	
Resultado	
Se constata un leve incremento, aunque insuficiente	
OBSERVACIONES	
Se continúa esta acción de mejora en el curso 2016-17.	

Nº de mejora	**06-1516**
Titulación	
Grado en Trabajo Social	
Acción de Mejora	
Aumentar la participación de los alumnos en la *Encuesta de satisfacción*	
Estado	
Finalizado	
Resultado	
Se constata un leve incremento, aunque insuficiente	
OBSERVACIONES	
Se continúa esta acción de mejora en el curso 2016-17.	

3. Plan de Mejoras 2016-2017

03-1516
Titulación
Todas las titulaciones de la Facultad
Acción de Mejora
Continuar con el aumento de la participación en la *Encuesta de evaluación de la actividad docente*
Tareas a desarrollar
Concienciar al alumnado de la importancia de las encuestas de la actividad docente para la mejora del grado.
Responsable de la Tarea
Coordinador de la Titulación.
Temporalización
Un curso académico
Recursos necesarios
Reuniones del Responsable del Título con el alumnado. Mails de recordatorio del Responsable del Título con el alumnado.
Indicador asociado
Porcentaje de participación en la Encuesta. Satisfacción de los estudiantes con el profesorado.
Responsable seguimiento
Coordinador de Calidad
Beneficios esperados
Mayor conocimiento de la Actividad Docente por parte de los responsables académicos
Resultados esperados
Aumentar la participación en la Encuesta de Evaluación de la Actividad Docente.

Nº de mejora:	**04-1516**
Titulaciones	
Todas las titulaciones de la Facultad	
Acción de Mejora	
Aumentar la participación en las encuestas de satisfacción de todos los grupos de interés	
Tareas a desarrollar	
• Mantener al menos una reunión anual para concienciar a los profesores de la bonanza del sistema de recogida de información para mejorar la organización y la docencia en el grado. • Mantener al menos una reunión anual con los delegados del título para explicarles la importancia de un sistema de calidad interna fuerte, que implica la participación mayoritaria de los grupos de interés del grado. A través de un sistema de recogida de datos, análisis de los mismos y propuestas de mejora. • Reservar tiempo en las horas de clase para cumplimentar las encuestas • Enviar correos motivadores a los grupos de interés	
Responsable de la Tarea	
Coordinador del título y coordinador de calidad	
Temporalización	
Un curso académico	
Recursos necesarios	
Reuniones del Responsable del Título con profesores y alumnos. Correos recordatorio del Responsable del Título al alumnado.	
Indicador asociado	
Indicadores de satisfacción	
Responsable seguimiento	
Coordinador de calidad	
Beneficios esperados	
Aumentar la participación de los grupos de interés en las encuestas de satisfacción	
Resultados esperados	
Porcentaje de participación en encuestas	

Nº de mejora	**05-1516**
Titulación	
Grado en Filosofía	
Acción de Mejora	
Disminuir la tasa de abandono	
Tareas a desarrollar	
Elaborar un plan personalizado de estudios a cada nuevo alumno, teniendo en cuenta su curriculum y las materias convalidables.	
Responsable de la Tarea	
Vicedecano de la Titulación	
Temporalización	
Un curso académico	
Recursos necesarios	
Reuniones del responsable del título con los alumnos de nuevo ingreso.	
Indicador asociado	
Tasa de abandono	
Responsable seguimiento	
Coordinador de Calidad	
Beneficios esperados	
Disminuir la tasa de abandono	
Resultados esperados	
Disminuir la tasa de abandono	

	01-1617
Titulación	
Trabajo Social	
Acción de Mejora	
Analizar y mejorar la satisfacción de los estudiantes con la titulación	
Tareas a desarrollar	
Reuniones con los representantes de los estudiantes para analizar las causas de la baja satisfacción	
Responsable de la Tarea	
Coordinador de la titulación	
Temporalización	
Un curso académico	
Recursos necesarios	
Reuniones del Responsable del Título con el alumnado. Correos de los representantes de los alumnos.	
Indicador asociado	
Satisfacción de los estudiantes con la titulación	
Responsable seguimiento	
Coordinador de calidad	
Beneficios esperados	
Mayor satisfacción de los estudiantes con el grado	
Resultados esperados	
Mejorar la satisfacción de los estudiantes con la titulación	

02/1617
Titulación
Máster universitario en Ciencias del Matrimonio y la Familia
Acción de Mejora
Analizar la tasa de abandono
Tareas a desarrollar
Contactar con los alumnos de la cohorte 2015-16 y anteriores que no se han graduado para obtener información sobre las causas del abandono. Reuniones con los alumnos de la cohorte actual para hacer seguimiento individual y prevenir el abandono
Responsable de la Tarea
Coordinador de la Titulación.
Temporalización
Un curso académico
Recursos necesarios
Reuniones del Responsable del Título con el alumnado y antiguos alumnos.
Indicador asociado
Tasa de abandono
Responsable seguimiento
Coordinador de Calidad
Beneficios esperados
Más alumnos que terminan los estudios del máster
Resultados esperados
Disminuir la tasa de abandono.

03-1617
Titulación
MU Marketing político y comunicación institucional
Acción de Mejora
Analizar y mejorar la tasa de abandono y de graduación
Tareas a desarrollar
Contactar con los estudiantes que han abandonado para analizar las causas de su abandono
Responsable de la Tarea
Coordinador de la titulación
Temporalización
Un curso académico
Recursos necesarios
Reuniones del Responsable del Título con el alumnado.
Indicador asociado
Tasa de abandono / Tasa de graduación
Responsable seguimiento
Coordinador de calidad
Beneficios esperados
Más estudiantes que terminen los estudios en el tiempo estipulado
Resultados esperados
Mejorar la tasa de abandono y la tasa de graduación

04-1617
Titulación
MU Marketing político y comunicación institucional
Acción de Mejora
Analizar y mejorar la satisfacción de los estudiantes con la titulación
Tareas a desarrollar
Reuniones con los estudiantes para analizar las causas de la baja satisfacción
Responsable de la Tarea
Coordinador de la titulación
Temporalización
Un curso académico
Recursos necesarios
Reuniones del Responsable del Título con el alumnado.
Indicador asociado
Satisfacción de los estudiantes con la titulación
Responsable seguimiento
Coordinador de calidad
Beneficios esperados
Mayor satisfacción de los estudiantes con el máster
Resultados esperados
Mejorar la satisfacción de los estudiantes con la titulación

INDICADOR	14-15	15-16	16-17
TASA DE RENDIMIENTO	97,5%	91,76%	91,14%
TASA DE ABANDONO	0,00%	0,00%	-
TASA DE EFICIENCIA	98,7%	95,24%	98,48%
TASA DE GRADUACIÓN	87,5%	62,50%	-
TASA DE OFERTA-DEMANDA	63,33%	55,00%	45,50%
TASA DE MATRICULACIÓN	40,00%	45,00%	37,50%
TASA DE PDI CON TÍTULO DE DOCTOR	31,82%	57,14%	66,67%
TASA DE PDI A TIEMPO COMPLETO	13,19%	57,14%	83,33%

- TASA DE RENDIMIENTO DEL TÍTULO:

El valor de la Tasa 2016-17 (91,14%) continúa con valores elevados situados por encima del 90,0% confirmando la tendencia de las últimas ediciones.

- TASA DE ABANDONO DEL TÍTULO:

No existe abandono entre los estudiantes del máster.

- TASA DE EFICIENCIA DE LOS GRADUADOS:

El valor de la Tasa de Eficiencia de los Graduados es excelente y se valora muy positivamente, por estar muy por encima del valor esperado en la actual memoria de verificación (80%).

De este modo se puede aceptar que el plan de estudios, no obliga a los estudiantes a matricularse de un número de créditos muy superior a los que se requieren teóricamente para obtener el título.

- TASA DE GRADUACIÓN:

La tasa de graduación de la cohorte 2015-2016 es del 62,50% inferior a las cohortes anteriores. Habrá que estar atentos en próximas ediciones para confirmar que no se trata de una tendencia, sino que es un dato coyuntural a esta cohorte en la que muchos alumnos estaban trabajando y retrasan la presentación de los Trabajos Fin de Máster.

- TASA DE OFERTA-DEMANDA:

El valor de esta tasa durante el curso académico 2016-17 (45,50%) es muy inferior respecto a la del curso 2015-16 (55,00%) ya que este curso se ha calculado el porcentaje respecto al número de plazas verificadas, 40 y no respecto al número de plazas ofertadas por la Universidad, 20.

- TASA DE MATRICULACIÓN:

El valor de esta tasa durante el curso académico 2016-17 (37,50%) es muy inferior respecto a la del curso 2015-16 (57,14%) ya que este curso se ha calculado el porcentaje respecto al número de plazas verificadas, 40 y no respecto al número de plazas ofertadas por la Universidad, 20. Se consolida una pequeña tendencia a la baja de la demanda de los estudios en el máster, tendencia que habrá que intentar corregir invirtiendo más esfuerzos en la promoción de estos estudios.

- TASA DE PDI DOCTOR:

El valor de la Tasa en el curso 2016-17 (66,67%) está por encima del valor indicado en la Memoria (25%), lo cual se valora positivamente. La incorporación al profesorado de profesionales de primer nivel hace que el valor de la tasa no sea elevado, pero da una visión más amplia y completa de la comunicación política e institucional.

- TASA DE PDI A TIEMPO COMPLETO:

El valor de la Tasa 2016-17 ha superado ampliamente los valores obtenidos durante el curso 2015-165, lo que viene a reforzar la intención de mantener estable la plantilla de profesorado a lo largo de los diferentes cursos académicos.