

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	<b>INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC</b>	<b>MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLITICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>
1 de 10	CURSO 2016/2017	FECHA: 19/02/2018

## 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 D<sup>a</sup> 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

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	<p><b>INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC</b></p>	<p>MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLITICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</p>
<p>2 de 10</p>	<p>CURSO 2016/2017</p>	<p>FECHA: 19/02/2018</p>

### **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.

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	<b>INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC</b>	<b>MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLITICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>
3 de 10	CURSO 2016/2017	FECHA: 19/02/2018

## 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%

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	<b>INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC</b>	<b>MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>
4 de 10	CURSO 2016/2017	FECHA: 19/02/2018

## 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%)
<b>CALIFICACIÓN GLOBAL</b>	<b>0 (0,00 %)</b>	<b>2 (100,00%)</b>	<b>0 (0,00 %)</b>	<b>0 (0,00 %)</b>

\* 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>

		<b>Egresados 13-14 / 14-15</b>	<b>Egresados 15-16</b>
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.

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	<b>INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC</b>	<b>MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLITICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>
5 de 10	CURSO 2016/2017	FECHA: 19/02/2018

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

<b>Encuesta de evaluación de la actividad docente</b>		<b>13-14</b>	<b>14-15</b>	<b>15-16</b>	<b>16-17</b>
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

<b>Encuesta de satisfacción egresados</b>		<b>13-14</b>	<b>14-15</b>	<b>15-16</b>	<b>16-17</b>
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

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	<b>INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC</b>	<b>MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLITICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>
6 de 10	CURSO 2016/2017	FECHA: 19/02/2018

## PDI

<b>Encuesta de satisfacción del PDI</b>			<b>13-14</b>	<b>14-15</b>	<b>15-16</b>	<b>16-17</b>
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

<b>Encuesta de satisfacción del Pas</b>			<b>13-14</b>	<b>14-15</b>	<b>15-16</b>	<b>16-17</b>
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 (\*)

<b>Encuestas de satisfacción prácticas</b>			<b>13-14</b>	<b>14-15</b>	<b>15-16</b>	<b>16-17</b>
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

	<b>13-14</b>	<b>14-15</b>	<b>15-16</b>	<b>16-17</b>
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

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	<b>INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC</b>	<b>MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLITICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>
7 de 10	CURSO 2016/2017	FECHA: 19/02/2018

### 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:

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	<b>INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC</b>	<b>MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLITICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>
8 de 10	CURSO 2016/2017	FECHA: 19/02/2018

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.

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	<p><b>INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC</b></p>	<p>MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLITICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</p>
<p>9 de 10</p>	<p>CURSO 2016/2017</p>	<p>FECHA: 19/02/2018</p>

## 5. Plan de Mejoras

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

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	<b>INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC</b>	<b>MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLITICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL</b>
10 de 10	CURSO 2016/2017	FECHA: 19/02/2018

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