

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
PCA-25-F-09 ED.02	CURSO 2013 / 2014	FECHA: 18/12/2014

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 la Comisión de Calidad y quedan recogidos en este documento (aprobado en fecha 18/12/2014) y en el Plan de Mejoras de la Facultad (aprobado en fecha 18/12/2014) siendo públicos y puestos a disposición de la comunidad universitaria a través del siguiente enlace:

https://www.ucv.es/estudios_sgic.aspx?t=162&g=2&f=1

La Política de Calidad de la Facultad de Filosofía, Antropología y Trabajo Social no ha sufrido cambios en el presente curso 13-14. Dicho documento puede consultarse en el Anexo 4.1. Política y Objetivos generales de Calidad en el siguiente enlace:

https://www.ucv.es/estudios_sgic.aspx?t=162&g=2&f=1

En los distintos apartados del presente documento en los que tras analizar los indicadores de la Titulación se haya considerado oportuno definir una acción de mejora, queda indicado a través de su identificación y puede ser consultada posteriormente en el documento Plan de Mejoras de la Facultad.

Por lo que respecta al proceso de Información Pública, en los procedimientos desarrollados en este documento, se indican todos los enlaces web que contienen la información a la que se hace referencia y que, en la mayoría de los casos, es de acceso público a la comunidad universitaria.

Documento "PLANIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO DE OBJETIVOS DE CALIDAD": Anexo 1. (cuando proceda)

Proceso Facultad	Indicador		11/12	12/13	13/14	Nº Mejora curso 13/14
Elaboración de la política y objetivos de calidad	Porcentaje de objetivos de calidad de la Facultad alcanzados durante el curso.	Resultado esperado	-	≥ 50,00%	≥ 50,00%	
		Resultado obtenido	100,00%	0,00%	100,00%	

1.1. Análisis de resultados

Durante el curso 2013-2014 se ha continuado con la implantación del Sistema de Garantía Interna de Calidad de los centros de la Universidad; así como del diseño, implantación y certificación del Sistema Integrado de Calidad, Medio Ambiente y Prevención de Riesgos Laborales, según las normas ISO 9001, ISO 14001 y OHSAS 18001.

En el curso 2013-14, solamente se definió el Objetivo de Calidad *Conocer el número de Juntas de Facultad llevadas a cabo durante el curso 2013-14*, desarrollado con la intención de reorientar el enfoque de los Objetivos de Calidad hacia la satisfacción de los alumnos mediante la mejora de los procesos de organización de la Facultad. Dicho Objetivo de Calidad se ha completado y revisado satisfactoriamente.

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
PCA-25-F-09 ED.02	CURSO 2013 / 2014	FECHA: 18/12/2014

2. Responsables del SGIC

La responsabilidad del Sistema de Garantía Interno de Calidad durante el curso 2013/2014 recae sobre el Coordinador de Calidad de la Facultad y la Comisión de Calidad de la Facultad.

COMISIÓN DE CALIDAD DE LA FACULTAD			
FECHA DE APROBACIÓN: 22/05/2013		(Anexo 2) (cuando proceda)	
NOMBRE	TIPO	CATEGORÍA	CARGO COMISIÓN
Ginés Marco Perles	PDI	Decano	Presidente
			Responsable del Grado en Filosofía Online
			Responsable del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional
			Responsable del Master Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional
Pilar Ferrer Rodríguez	PDI	Secretaria	Coordinadora de Calidad
Pablo Vidal González	PDI	Decano Adjunto	Responsable del Grado en Antropología
			Responsable del Grado en Trabajo Social
			Representante del PDI
Isabel Belmar Conejero	PAS	PAS	Representante del PAS
Ovidi Bea Roig	Alumno	Alumno	Representante de los Estudiantes
Enric Carrascosa Saragossà	PAS	Técnico de Calidad	Representante de la Oficina de Calidad

 Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
PCA-25-F-09 ED.02	CURSO 2013 / 2014	FECHA: 18/12/2014

3. Mecanismos y procedimientos aplicados para la mejora de la calidad de la enseñanza y del profesorado.

PROCEDIMIENTO UNIVERSIDAD:		P-06: GESTIÓN DE PROCESOS				
Formatos		P-06-F-01				
Proceso Facultad	Indicador	11/12	12/13	13/14	Nº Mejora curso 13/14	
Análisis y medición de resultados	Tasa de rendimiento	Resultado esperado	-	-	≥ 80,00%	
		Resultado obtenido	-	-	84,71%	
	Tasa de éxito	Resultado esperado	-	-	≥ 90,00%	
		Resultado obtenido	-	-	100,00%	
	Tasa de abandono	Resultado esperado	-	-	≤ 10,00%	
		Resultado obtenido	-	-	-	
	Tasa de eficiencia de los graduados	Resultado esperado	-	-	≥ 80,00%	
		Resultado obtenido	-	-	100,00%	
	Tasa de graduación	Resultado esperado	-	-	≥ 70,00%	
		Resultado obtenido	-	-	-	
	Tasa de oferta / demanda	Resultado esperado	-	-	≥ 40,00%	
		Resultado obtenido	-	-	47,50%	
	Tasa de matriculación	Resultado esperado	-	-	≥ 25,00%	
		Resultado obtenido	-	-	42,50%	

PROCEDIMIENTO AUDIT:		2. GARANTÍA DE CALIDAD DE LOS PROGRAMAS FORMATIVOS (Apartado 3.5. COORDINACIÓN DOCENTE)				
Enlace		https://www.ucv.es/estudios_sgic.aspx?t=162&q=2&f=1 (Ver proceso 2)				
Proceso Facultad	Indicador	11/12	12/13	13/14	Nº Mejora curso 13/14	
Garantía de Calidad de los Programas Formativos	Grado de satisfacción de los estudiantes con la coordinación docente* <i>Encuesta de Evaluación de la Docencia Postgrado, ítem 2</i>	Resultado esperado	-	-	≥ 4,50	
		Resultado obtenido	-	-	4,98	
		% participación	-	-	31,58%	

* Escala de 1 a 6 (1- Muy en desacuerdo, ..., 6- Muy de acuerdo)

PROCEDIMIENTO UNIVERSIDAD:		PCA-08: SERVICIO DE ORIENTACIÓN				
Formatos		PCA-08-F-01, PCA-08-F-02, PCA-08-F-03, PCA-08-F-07				
Proceso Facultad	Indicador	11/12	12/13	13/14	Nº Mejora curso 13/14	
Orientación del estudiante	Nº alumnos asistentes a los talleres	Resultado esperado	-	-	No procede	
		Resultado obtenido	-	-	-	

PROCEDIMIENTO UNIVERSIDAD:		PCA-06: BOLSA DE TRABAJO PCA-07: PRÁCTICAS EXTERNAS				
Formatos						
Proceso Facultad	Indicador	11/12	12/13	13/14	Nº Mejora curso 13/14	
Orientación profesional	Nº alumnos asistentes a los talleres	Resultado esperado	-	-	No procede	
		Resultado obtenido	-	-	-	

 Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
		PCA-25-F-09 ED.02

PROCEDIMIENTO UNIVERSIDAD:		PCA-03: BIBLIOTECA PCA-09: GESTIÓN DEL PATRIMONIO P-05: COMPRAS				
Formatos		PCA-03-F-01, PCA-03-F-10, PCA-03-F-03, P-05-F-05 Y PCA-09-F-04				
Proceso Facultad	Indicador	11/12	12/13	13/14	Nº Mejora curso 13/14	
Gestión de los recursos materiales	Ratio gasto de Facultad/nº alumnos de Facultad	Resultado esperado	-	-	-	01
		Resultado obtenido	-	-	-	

PROCEDIMIENTO UNIVERSIDAD:		P-03: SELECCIÓN, CONTRATACIÓN Y FORMACIÓN DE RRHH PCA-16: EDUCA-ACCIÓN				
Formatos		P-03-F-01, P-03-F-07 y PCA-16-F-04				
Proceso Facultad	Indicador	11/12	12/13	13/14	Nº Mejora curso 13/14	
Capacitación y selección del PDI y PAS	Tasa PDI Doctor	Resultado esperado	-	-	≥ 25,00%	
		Resultado obtenido	-	-	30,77%	
	Tasa PDI Doctor Acreditado	Resultado esperado	-	-	≥ 40,00%	
		Resultado obtenido	-	-	62,50%	
	Tasa PDI a tiempo completo	Resultado esperado	-	-	≥ 5,00%	
		Resultado obtenido	-	-	7,69%	
Formación del PDI y PAS	Porcentaje de participación del PDI en actividades de formación	Resultado esperado	-	-	≥ 3,57%	
		Resultado obtenido	-	-	3,85%	
	Índice de satisfacción del PDI con la formación recibida* <i>Encuesta de Satisfacción con los cursos de Educa-Acción, ítem 10</i>	Resultado esperado	-	-	≥ 3,00	
		Resultado obtenido	-	-	3,53	
		% participación	-	-	28,00%	
	Porcentaje de participación del PAS en actividades de formación	Resultado esperado	-	-	≥ 20,00%	
		Resultado obtenido	-	-	22,50%	
	Índice de satisfacción del PAS con la formación recibida* <i>Encuesta de Satisfacción con los cursos de Educa-Acción, ítem 10</i>	Resultado esperado	-	-	≥ 3	
		Resultado obtenido	-	-	3,60	
% participación		-	-	93,00%		

* Escala de 1 a 4 (1- Muy en desacuerdo, ..., 4- Muy de acuerdo)

EVALUACIÓN DEL PROFESORADO.

PROCESO: DOCENTIA						
WEB	https://www.ucv.es/calidad_4_0.asp					
INFORME DE IMPLANTACIÓN DE LA UCV: CONVOCATORIA DOCENTIA-UCV 2012/2013 WEB: https://www.ucv.es/calidad_4_0.asp						
INFORME DE RESULTADOS: Anexo 3. Informe de Resultados de DOCENTIA del curso 2012/2013 (cuando proceda)						
Proceso Facultad	Indicador	11/12	12/13	13/14	Nº Mejora curso 13/14	
Evaluación, promoción y reconocimiento del PDI y PAS	Porcentaje de profesores evaluados desfavorable	Resultado esperado	-	-	-	
		Resultado obtenido	-	-	-	
	Porcentaje de profesores	Resultado esperado	-	-	-	

 Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
	CURSO 2013 / 2014	FECHA: 18/12/2014

	evaluados suficiente	Resultado obtenido	-	-	-	
	Porcentaje de profesores evaluados notable	Resultado esperado	-	-	-	
		Resultado obtenido	-	-	-	
	Porcentaje de profesores evaluados excelente	Resultado esperado	-	-	-	
Resultado obtenido		-	-	-		

RESULTADOS PROVISIONALES
 Anexo 4. Datos Participación en DOCENTIA del curso 2013/2014 (cuando proceda)
 Anexo 5. Informe de Resultados de DOCENTIA del curso 2013/2014 (cuando proceda)

RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE EVALUACIÓN DE LA ACTIVIDAD DOCENTE

Formato online (Enlace no activado. Se activa en periodo de encuesta). Anexo 8 (cuando proceda)

Proceso Facultad	Indicador		11/12	12/13	13/14	Nº Mejora curso 13/14
Análisis y medición de resultados	Índice de satisfacción con la actividad docente. <i>Encuesta de Evaluación de la Actividad Docente, ítem 19</i>	Resultado esperado	-	-	≥ 4,50	
		Resultado obtenido	-	-	5,04	
		% participación	-	-	20,27%	

* Escala de 1 a 6 (1- Muy en desacuerdo,..., 6- Muy de acuerdo)

TASA DE RESPUESTA DE LOS ALUMNOS EN LAS ENCUESTAS DE EVALUACIÓN DE LA ACTIVIDAD DOCENTE

Indicador		11/12	12/13	13/14	Nº Mejora curso 13/14
Nº RESPUESTAS MÁXIMO	Resultado esperado	-	-	≥ 20,00%	
Nº RESPUESTAS REAL	Resultado obtenido	-	-	20,27%	

3.1. Análisis de resultados

Análisis y medición de resultados

Los valores obtenidos en las diferentes Tasas son muy satisfactorios para ser la primera edición de un Master de estas características. En general los alumnos que cursan el *Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional* suelen presentar una alta motivación por estos estudios.

Garantía de Calidad de los Programas Formativos

Este grado de satisfacción está diseñado para ser obtenido a partir de la Encuesta de Evaluación de la Docencia en Grado, sin embargo se incluirá en el curso 14-15 en el formato de encuesta de Máster, por este motivo, el *Resultado obtenido* en el curso 13-14, debe ser tomado como resultado alternativo hasta la inclusión de un nuevo ítem en las Encuestas de Evaluación de la Docencia Postgrado. En el caso del presente Master, se ha tomado el ítem 2 *La estructura de las sesiones es clara, lógica y organizada* del formato de Encuesta de Evaluación de la Docencia Postgrado 2013-14.

El *Resultado obtenido* cumple con los criterios numéricos establecidos, indicando que el alumnado está satisfecho con la coordinación docente.

Orientación del estudiante y Orientación profesional.

Entre los servicios de apoyo al estudiante que oferta la UCV, se encuentran el Servicio de Orientación y el Servicio Bolsa de Trabajo (Diseño de Curriculum Vitae, Preparación de Entrevista de Trabajo, Búsqueda de empleo) que se ofrece a todo el alumnado de la UCV. Su funcionamiento se recoge en los PCA-08 y PCA-06, respectivamente. Es importante aclarar que

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
PCA-25-F-09 ED.02	CURSO 2013 / 2014	FECHA: 18/12/2014

aunque se ofertan a estos estudiantes de Postgrado, no suele haber participación en este tipo de programas, porque los estudiantes suelen ser profesionales con carreras laborales consolidadas.

Gestión de los recursos materiales

No se dispone de este indicador. Se abre un Aspecto de Mejora para buscar un indicador/evidencia alternativo que aporte información sobre este proceso.

Capacitación y selección del PDI y PAS

Los *Resultados Obtenidos*, en la primera edición del Master, cumplen con los criterios especificados en los *Resultados Esperados*. Al tratarse de un máster de carácter interdisciplinar, se cuenta con un elevado porcentaje de profesorado externo con una gran experiencia laboral en el mundo de la comunicación y de la gestión pública, y que por ello participa en el máster de forma puntual.

Formación del PDI y PAS

Se valora muy positivamente que tanto la participación del PDI en actividades de formación, como la satisfacción con la formación recibida, cumplan con los *Resultados esperados* para esta primera edición del Master.

En cuanto a la participación del PAS en actividades de formación, no existe un PAS asociado a la Facultad. Por la organización propia de la UCV, el PAS es general a toda la Universidad. En este sentido, las valoraciones afectan a toda la Universidad y no son propias del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional.

Evaluación, promoción y reconocimiento del PDI y PAS

Durante el curso 2013-14, se ha comunicado la apertura de la 4ª convocatoria del programa DOCENTIA por el que se establecen procedimientos para garantizar la calidad del profesorado universitario y favorecer su desarrollo y reconocimiento, habiéndose recibido el informe de evaluación externa de la implantación del modelo DOCENTIA, emitido por la AVAP y en el que se ha valorado positivamente dicha implantación y se ha recomendado participar en el proceso de certificación. El *Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional* ha tenido su primera edición en el curso 2013-14, habrá que esperar a la publicación de los resultados de la 4ª convocatoria del programa DOCENTIA, para conocer la Evaluación del PDI.

Análisis y medición de resultados.

La tasa de participación en el curso 2013-2014 se ha visto afectada por el cambio de modalidad de contestación, de formato papel a formato online la Encuesta de Evaluación de la Actividad Docente, por lo que la participación del segundo cuatrimestre ha sido significativamente más baja. En cuanto a la valoración del Resultado obtenido 13-14, El alumnado se muestra satisfecho con la actividad docente, en general, desarrollada por el profesorado del Master.

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
PCA-25-F-09 ED.02	CURSO 2013 / 2014	FECHA: 18/12/2014

4. Prácticas externas.

PROCEDIMIENTO UNIVERSIDAD:		PCA-07, PRÁCTICAS EXTERNAS Y OBSERVATORIO DE EMPLEO					
Formatos	PCA-07-F-01, PCA-07-F-02, PCA-07-F-03, PCA-07-F-04 y PCA-07-F-05						
PROCEDIMIENTO FACULTAD: PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE LAS PRÁCTICAS EXTERNAS							
WEB	https://www.ucv.es/estudios_sgic.aspx?t=162&q=2&f=1						
INFORMACIÓN DEL ÁREA DE PRÁCTICAS Y EMPLEO: https://www.ucv.es/servicios_1_3.asp							
INFORMACIÓN DE PRÁCTICAS EXTERNAS: https://www.ucv.es/estudios_informacion.asp?t=162&q=2&a=1&f=1&intro=1							
NORMATIVA DE PRÁCTICAS UCV: https://www.ucv.es/documentos/estudios/NormativaPEUCV.pdf							
Proceso Facultad	Indicador	11/12	12/13	13/14	Nº Mejora curso 13/14		
Gestión y revisión de las practiclas externas	Índice de satisfacción con las prácticas.*	Resultado esperado	-	-	-		
	<i>Encuesta de Satisfacción del estudiante con las prácticas, ítem 18</i>	Resultado obtenido	-	-	-		
		% participación	-	-	-		
	Índice de satisfacción del tutor de prácticas.*	Resultado esperado	-	-	-		
	<i>Encuesta de Satisfacción del tutor externo con las prácticas, ítem 15</i>	Resultado obtenido	-	-	-		
		% participación	-	-	-		

* Escala de 1 a 4 (1- Muy en desacuerdo, ..., 4 - Muy de acuerdo)

4.1. Análisis de resultados

El *Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional* no contempla la realización de Prácticas Externas.

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
PCA-25-F-09 ED.02	CURSO 2013 / 2014	FECHA: 18/12/2014

5. Programas de movilidad.

PROCEDIMIENTO UNIVERSIDAD:	PCA-12, PROCESOS DE RELACIONES INTERNACIONALES
Formatos:	PCA-12-F-02, PCA-12-F-08, PCA-12-F-13 y PCA-12-F-16
INFORMACIÓN "MOVILIDAD TITULACIÓN": https://www.ucv.es/estudios_sgic.aspx?t=162&q=2&f=1	
INFORMACIÓN OFICINA DE RELACIONES INTERNACIONALES: https://www.ucv.es/internacional_0.asp	

5.1. Análisis de resultados

Es importante señalar que la UCV ofrece sus programas de movilidad a todos el alumnado, aunque mucho del mismo no desee participar.

En el caso particular del *Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional*, no se contempla la posibilidad de participar en programas de movilidad de estudiantes.

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
PCA-25-F-09 ED.02	CURSO 2013 / 2014	FECHA: 18/12/2014

6. Inserción laboral y satisfacción de egresados.

La Universidad dispone de varios servicios relacionados con este proceso que pone a disposición de nuestros alumnos:

PROCEDIMIENTO UNIVERSIDAD:	PCA-07, PRÁCTICAS EXTERNAS Y OBSERVATORIO DE EMPLEO
ÁREA DE PRÁCTICAS Y EMPLEO: https://www.ucv.es/servicios_1_3.asp	
EMPLEABILIDAD: https://www.ucv.es/servicios_1_3_6_0.asp	
OBSERVATORIO DE EMPLEO: https://www.ucv.es/servicios_1_3_3_0.asp	

Proceso Facultad	Indicador		11/12	12/13	13/14	Nº Mejora curso 13/14
Garantía de la calidad de los programas formativos.	Índice de satisfacción con la titulación cursada (encuesta egresados)* <i>Encuesta de Satisfacción de los Egresados, ítem 28</i>	Resultado esperado	-	-	≥ 3,10	
		Resultado obtenido	-	-	3,50	
		% participación	-	-	83,33%	

* Escala de 1 a 4 (1- Muy en desacuerdo, ..., 4- Muy de acuerdo)

Proceso Facultad	Indicador		09/10	11/12	13/14	Nº Mejora curso 13/14
Análisis y medición de resultados	<i>Porcentaje de titulados trabajando</i>	Resultado esperado	-	-	-	
		Resultado obtenido	-	-	-	
	<i>Porcentaje de titulados que trabajan en áreas afines a sus estudios.</i>	Resultado esperado	-	-	-	
		Resultado obtenido	-	-	-	

6.1. Análisis de resultados

Se valora muy positivamente que en la primera edición del Master, los egresados hayan expresado su satisfacción con un 3,50, muy cercano al valor máximo que permite la escala de medición.

El Observatorio de Empleo es el Servicio que tiene como misión, conocer la inserción laboral y la situación profesional de los alumnos egresados, en las diferentes Titulaciones que ofrece la Universidad Católica de Valencia "San Vicente Mártir".

Para poder informar a las Facultades de la situación laboral de sus egresados, realiza estudios bianuales en todas aquellas titulaciones, que disponen de antiguos alumnos con una fecha de egreso de sus estudios, igual o superior a dos años.

Por ser el curso 2013-14, el curso de la primera edición del Master, no se ha realizado el estudio de Inserción laboral.

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
PCA-25-F-09 ED.02	CURSO 2013 / 2014	FECHA: 18/12/2014

7. Satisfacción de los grupos de interés implicados en el Título

PROCEDIMIENTO UNIVERSIDAD	PCA-01: ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN
Formatos	PCA-01-F-01

SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO

Enlace Encuesta:

<https://www.ucv.es/Cuestionarios/Cuestionario.aspx?Id=132&c=1484641636>

Informe de Satisfacción del PDI del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional en el Anexo 6 (cuando proceda)

Proceso Facultad	Indicador		11/12	12/13	13/14	Nº Mejora curso 13/14
Análisis y medición de resultados	Índice de satisfacción del profesorado	Resultado esperado	-	-	≥ 2,67	
	<i>Encuesta de Satisfacción del PDI, todos los ítems</i>	Resultado obtenido	-	-	3,24	
		% participación	-	-	57,69%	

* Escala de 1 a 4 (1- Muy en desacuerdo, ..., 4 - Muy de acuerdo)

SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS

Enlace Encuesta:

<https://www.ucv.es/Cuestionarios/Cuestionario.aspx?Id=131&c=89070780>

Informe de Satisfacción del PAS (Global Universidad) en el Anexo 7 (cuando proceda)

Proceso Facultad	Indicador		11/12	12/13	13/14	Nº Mejora curso 13/14
Análisis y medición de resultados	Índice de satisfacción del PAS a nivel Universidad.	Resultado esperado	-	-	≥ 2,95	
	<i>Encuesta de Satisfacción del PAS, todos los ítems</i>	Resultado obtenido	-	-	3,13	
		% participación	-	-	58,33%	

* Escala de 1 a 4 (1- Muy en desacuerdo, ..., 4 - Muy de acuerdo)

SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE

Encuesta de Evaluación de la actividad docente

Formato online (Enlace no activado. Se activa en periodo de encuesta). Anexo 8 (cuando proceda)

Proceso Facultad	Indicador		11/12	12/13	13/14	Nº Mejora curso 13/14
Análisis y medición de resultados	Índice de satisfacción con la actividad docente.	Resultado esperado	-	-	≥ 4,50	
	<i>Encuesta de Evaluación de la Actividad Docente, ítem 19</i>	Resultado obtenido	-	-	5,04	
		% participación	-	-	20,27%	

* Escala de 1 a 6 (1- Muy en desacuerdo, ..., 6- Muy de acuerdo)

Encuesta de Evaluación de prácticas externas (Ver indicadores en Apartado 4)

Enlace encuesta estudiante

Máster:

<https://www.ucv.es/Cuestionarios/Cuestionario.aspx?Id=139&c=945589061>

Informe de Satisfacción del Estudiante con las prácticas externas del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional en el Anexo 9 (cuando proceda)

Enlace encuesta Tutor externo de prácticas

Máster:

<https://www.ucv.es/Cuestionarios/Cuestionario.aspx?Id=142&c=1864301175>

Informe de Satisfacción del Tutor de prácticas externas del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional en el Anexo 10 (cuando proceda)

Encuesta de Evaluación de movilidad (Ver indicadores en Apartado 5)

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
PCA-25-F-09 ED.02	CURSO 2013 / 2014	FECHA: 18/12/2014

Enlace estudiantes enviados: <https://www.ucv.es/Cuestionarios/Cuestionario.aspx?Id=135&c=1985405334> y <https://www.ucv.es/Cuestionarios/Cuestionario.aspx?Id=136&c=800029723>

Informe de Satisfacción de estudiantes enviados del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional en el Anexo 11 (cuando proceda)

Enlace estudiantes recibidos: <https://www.ucv.es/Cuestionarios/Cuestionario.aspx?Id=134&c=731111982>

Informe de Satisfacción de estudiantes recibidos del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional en el Anexo 12 (cuando proceda)

Encuesta de Evaluación de egresados (Ver indicadores en Apartado 6)

Enlace Encuesta:

<https://www.ucv.es/Cuestionarios/Cuestionario.aspx?Id=124&c=1730644114>

Informe de Satisfacción Egresados del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional en el Anexo 13 (cuando proceda)

7.1. Análisis de resultados

Índice de satisfacción del profesorado

El profesorado se muestra satisfecho con la primera edición del Máster, lo cual se valora positivamente, y se tiene en cuenta para las próximas ediciones del mismo.

Índice de satisfacción del PAS a nivel Universidad.

No existe un PAS asociado a la Facultad, por la organización propia de la UCV, el PAS es general a toda la Universidad. En este sentido, las valoraciones afectan a toda la Universidad y no son propias de la Facultad.

Índice de satisfacción con la actividad docente.

La tasa de participación en el curso 2013-2014 se ha visto afectada por el cambio de modalidad de contestación, de formato papel a formato online la Encuesta de Evaluación de la Actividad Docente, por lo que la participación del segundo cuatrimestre ha sido significativamente más baja. En cuanto a la valoración del Resultado obtenido 13-14, El alumnado se muestra satisfecho con la actividad docente, en general, desarrollada por el profesorado del Master.

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
PCA-25-F-09 ED.02	CURSO 2013 / 2014	FECHA: 18/12/2014

8. Atención de Sugerencias y Reclamaciones

PROCEDIMIENTO UNIVERSIDAD:		PCA-08 GESTIÓN DE NO CONFORMIDADES, ACCIONES CORRECTIVAS Y ACCIONES PREVENTIVAS			
PROCEDIMIENTO FACULTAD: GESTIÓN Y REVISIÓN DE LAS INCIDENCIAS, RECLAMACIONES Y SUGERENCIAS					
WEB	https://www.ucv.es/estudios_sgic.aspx?t=162&q=2&f=1				
HERRAMIENTA ON-LINE PARA REALIZAR QUEJAS, SUGERENCIAS Y FELICITACIONES https://www.ucv.es/buzonsugerencias.aspx					
TUTORIAL FUNCIONAMIENTO DEL BUZÓN: ANEXO 15 (cuando proceda)					
Proceso Facultad	Indicador	11/12	12/13	13/14	Nº Mejora curso 13/14
Gestión y revisión de las incidencias, reclamaciones y sugerencias.	Tiempo medio atención de las quejas/sugerencias.	Resultado esperado	-	-	≤ 10
		Resultado obtenido	-	-	No procede
	Porcentaje de las quejas/sugerencias atendidas.	Resultado esperado	-	-	≥ 70%
		Resultado obtenido	-	-	No procede

8.1. Análisis de resultados

Se valora muy positivamente que en el Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional, no se hayan formulado quejas/sugerencias por parte de ningún miembro de la comunidad universitaria, durante tres ediciones consecutivas.

La atención personalizada que se ofrece al alumno en el Master, permite el dialogo directo entre alumno, profesorado y Responsable.

Dicho trato directo genera una dinámica de anticipación y resolución más ágil que la presentación formal de posibles quejas/sugerencias que los miembros de la comunidad universitaria quieran realizar.

En el segundo semestre se recibió 1 felicitación en el Buzón Online, a la que se respondió en el mismo día, siendo así el tiempo de respuesta de 0 días.