

 <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>
CURSO 2015/ 2016		FECHA: 06/03//2017

## 1. Introducción.

La finalidad del presente documento es realizar el seguimiento de la Implantación del Sistema de Garantía Interno de Calidad (SGIC), a través de un análisis cuantitativo y cualitativo del funcionamiento del título. En el documento se recogen resultados de los dos últimos cursos académicos y para cada resultado o indicador se establece un mínimo esperado, en el caso de que el indicador o resultado no cumpla con el valor mínimo esperado se abre un aspecto de mejora.

Todos los resultados, análisis y conclusiones son tratados por la Comisión de Calidad y quedan recogidos en este documento y en el Plan de Mejoras de la Facultad siendo públicos y puestos a disposición de la comunidad universitaria a través del siguiente enlace:

<http://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/41>

El Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional, tras obtener la resolución sobre su verificación por parte del Consejo de Universidades el 28 de diciembre de 2012, se implantó en el curso 2012-13. En el curso 2015-16 se ha contado con un total de 18 matriculados sobre un total de 20 plazas ofertadas.

Los distintos procedimientos del SGIC de la Facultad de Filosofía, Antropología y Trabajo Social, a la cual está adscrito el máster, han servido para implantar, gestionar y analizar el proyecto de la titulación según las características de la Memoria aprobada:

<http://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/42>

En la implantación de la titulación se dan cuatro fases principales liderados por el Director del Máster:

- Planificación: Con anterioridad al inicio del curso se llevan a cabo tareas de organización y programación del curso. Entre estas tareas las principales son:
  - Actualización de la información de la página web del grado (<http://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/41>) para que los futuros alumnos puedan conocer los medios para acceder y matricularse, y también sus características principales referentes al plan de estudios y desarrollo a lo largo del curso

 <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>
CURSO 2015/ 2016		FECHA: 06/03//2017

- Asignación de responsabilidades y docencia por asignaturas a los profesores dependiendo del perfil requerido. Se incluyen labores de coordinación docente para determinar la secuenciación de los contenidos, evitar duplicidades y elaborar las correspondientes guías docentes.
- Comprobación de la disponibilidad de los recursos materiales que van a ser necesarios a lo largo del curso
- Impartición de la titulación: Desarrollo de la enseñanza y realización de pruebas de evaluación durante el curso.
- Análisis de resultados. Tras la finalización del curso, se comprueban y analizan los resultados e indicadores obtenidos, al igual que se comprueban y recopilan las principales evidencias generadas. En el presente documento, que hace referencia a la implementación del SGIC, se indican y valoran los principales resultados obtenidos.
- Propuesta de acciones de mejora: del análisis de los resultados obtenidos durante el desarrollo del curso puede derivar la necesidad de formular propuestas de mejora para subsanar posibles carencias detectadas. Esas mejoras se incorporan en el plan de mejoras que se define cada curso en la Facultad de Filosofía, Antropología y Trabajo Social.

### **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.

La comisión de calidad es el órgano responsable en la Facultad que participa en las tareas de planificación y seguimiento del desarrollo del SGIC.

El representante de la titulación en la comisión de calidad es D<sup>a</sup> Silvia Moyá.

### **Miembros de la Comisión de calidad**

<b>COMISIÓN DE CALIDAD DE LA FACULTAD</b>			
<b>NOMBRE</b>	<b>TIPO</b>	<b>CATEGORÍA</b>	<b>CARGO COMISIÓN</b>
Ginés Santiago Marco Perles	PDI	Decano	Presidente
Alfredo Esteve Martín	PDI	Vicedecano	Representante del Grado en Filosofía Online

 <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>
CURSO 2015/ 2016		FECHA: 06/03//2017

COMISIÓN DE CALIDAD DE LA FACULTAD			
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:

<http://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/42>

En donde se encuentran disponibles los siguientes documentos:

- Reconocimiento AUDIT.
- Política de Calidad.
- Comisión de Calidad.
- Manual de calidad: 10 capítulos.
- Manual de procesos: 15 capítulos.
- Informes de implantación del SGIC
- Planes de mejora

### **Mejoras alcanzadas curso anterior**

Durante el curso 2015-16 se plantearon 3 acciones de mejora para el Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional:

 <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>
CURSO 2015/ 2016		FECHA: 06/03//2017

- Aumentar la participación del alumnado en la Encuesta de evaluación de la actividad docente
- Aumentar la participación de los egresados en la Encuesta de egresados
- Encontrar la manera de obtener resultados en el indicador Satisfacción de los empleadores con el título

Tras la realización de las actividades indicadas en el plan de mejoras, no se ha obtenido el aumento de participación deseado, siguen siendo pocas las respuestas obtenidas y por lo tanto los datos poco representativos. Se mantiene el plan de mejora de aumentar la participación de todos los grupos de interés.

 <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>
CURSO 2015/ 2016		FECHA: 06/03//2017

## Resultados e indicadores

### Indicadores AVAP

Los indicadores se publican en la página web del título, se puede acceder a través del siguiente enlace:

<http://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/40>

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

### Inserción laboral

Se dispone de un informe de inserción laboral, correspondiente a los egresados en los cursos 2013-14 y 2014-15. El informe completo de inserción laboral de los egresados está disponible en el siguiente enlace:

<http://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/60>

 <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>
CURSO 2015/ 2016		FECHA: 06/03//2017

Indicador	Resultado	Egresados 13-14 / 14-15	Egresados 15-16 / 16-17	Acción de Mejora
Porcentaje de egresados que están trabajando	esperado	-	-	
	obtenido	73,00%	-	
Los estudios capacitan para el ejercicio profesional (muy de acuerdo-poco acuerdo))	esperado	≥ 25,00%	≥ 25,00%	
	obtenido	72,72%	-	

### **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 graduación.

En cuanto a la inserción laboral, se dispone de los primeros resultados correspondientes a los egresados del curso 2013-14 y 2014-15 (12 alumnos), con resultados positivos. En cuanto al porcentaje de egresados que está trabajando, hay que señalar que el 73% (8 egresados) está trabajando.

Por otro lado, el 72.72% (8 egresados) considera que los estudios capacitan para el ejercicio de la profesión.

### **3.- Evaluación actividad docente, satisfacción de los grupos de interés y participación en las encuestas**

#### **Docencia**

DOCENTIA es el modelo de evaluación de la actividad docente del profesorado de la Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir. En la web de la Universidad se publica toda la información referente al programa DOCENTIA (convocatorias, informes de implantación, etc...). Se puede acceder a dicha información a través del siguiente enlace:

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

A continuación, se ofrecen los resultados de la última convocatoria del PDI del Máster en:

 Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	<b>INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC</b>	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
	CURSO 2015/ 2016	FECHA: 06/03//2017

Promedio de puntuaciones por titulación entre todos los profesores que intervienen en el título a lo largo del periodo evaluado (cursos 2012-13, 2013-14 y 2014-15) y han participado en la 5ª CONVOCATORIA DOCENTIA-UCV.

CALIFICACIÓN	ACUMULADO 2011-12 / 2013-14			
	EXCELENTE	NOTABLE	SUFICIENTE	DESFAVORABLE
1 PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA	0 (0,00%)	0 (0,00%)	1 (100%)	0 (0,00%)
2 DESARROLLO DE LA ENSEÑANZA	0 (0,00%)	0 (0,00%)	1 (100%)	0 (0,00%)
3 RESULTADOS	0 (0,00%)	1 (100%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)
4 MEJORA E INNOVACIÓN	0 (0,00%)	0 (0,00%)	0 (0,00%)	1 (100%)
<b>CALIFICACIÓN GLOBAL</b>	<b>0 (0,00%)</b>	<b>0 (0,00%)</b>	<b>1 (100%)</b>	<b>0 (0,00%)</b>

Los informes referentes a las encuestas se publican en la página web, se puede acceder a los mismos a través de los siguientes enlaces:

-Evaluación actividad docente

<http://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/58>

-Encuestas de satisfacción

<http://www.ucv.es/oferta-academica/postgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/59>

## Estudiantes

Indicador	Resultado	13-14	14-15	15-16	Acción de Mejora
Satisfacción de los estudiantes con el profesorado	esperado	≥ 4,50	≥ 4,50	≥ 4,50	
	obtenido	5,04	-	4,93	
Satisfacción general del estudiante	esperado	No procede en un Master Universitario			
	obtenido				
Satisfacción de los estudiantes con los programas de orientación	esperado	No procede en un Master Universitario			
	obtenido				

## Plan de Acción Tutorial

Manual de Procesos	Indicador	Resultado	13-14	14-15	15-16	Acción de Mejora
3 - Definición de perfiles y captación de estudiantes	Satisfacción con el PAT	esperado	No procede en un Master Universitario			
		obtenido				

 <b>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</b>	<b>INFORME DE IMPLANTACIÓN DEL SGIC</b>	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

## Egresados

Indicador	Resultado	13-14	14-15	15-16	Acción de Mejora
Satisfacción de los egresados con el título	esperado	≥ 3,10	≥ 3,10	≥ 3,10	04-1516
	obtenido	3,50	1,00	-	
Satisfacción los estudiantes con los recursos materiales	esperado	-	≥ 2,50	≥ 2,50	
	obtenido	-	2,50	-	

## PDI

Indicador	Resultado	13-14	14-15	15-16	Acción de Mejora
Satisfacción del profesorado con el título	esperado	≥ 2,67	≥ 2,67	≥ 2,67	
	obtenido	3,24	3,52	3,48	
Satisfacción del PDI con la formación recibida	esperado	≥ 3,00	≥ 3,00	≥ 3,00	
	obtenido	3,53	3,68	3,60	

## PAS

Indicador	Resultado	13-14	14-15	15-16	Acción de Mejora
Satisfacción del PAS con la formación recibida	esperado	≥ 3,00	≥ 3,00	≥ 3,00	
	obtenido	3,60	3,73	3,16	
Satisfacción del PAS	esperado	≥ 2,80	≥ 2,80	≥ 2,80	
	obtenido	3,13	3,14	3,13	

## Prácticas Externas

Indicador	Resultado	13-14	14-15	15-16	Acción de Mejora
Satisfacción de los empleadores con el título	esperado	-	-	-	
	obtenido	-	-	-	
Satisfacción del alumno con las prácticas	esperado	-	-	-	
	obtenido	-	-	2,00	
Satisfacción del tutor de prácticas	esperado	-	-	-	
	obtenido	-	-	4,00	

## Movilidad

Manual de Procesos	Indicador	Resultado	12-13	13-14	14-15	15-16	Acción de Mejora
7 - Gestión y revisión de la movilidad de los estudiantes enviados	Satisfacción del alumno enviado	esperado	No se contempla la posibilidad de participar en programas de movilidad de estudiantes				
		obtenido					
8 - Gestión y revisión de la movilidad de los estudiantes recibidos	Satisfacción del alumno recibido	esperado					
		obtenido					

- (1) Escala 1-6 (1- Muy en desacuerdo,..., 6- Muy de acuerdo)  
(2) Escala 1-4 (1- Muy en desacuerdo,..., 4- Muy de acuerdo)  
(3) Escala 1-5 (1- Muy en desacuerdo,..., 5- Muy de acuerdo)

 <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>
CURSO 2015/ 2016		FECHA: 06/03//2017

## Porcentajes de Participación

Manual de Procesos	Indicador	13-14	14-15	15-16	Acción de Mejora
14 - Análisis y medición de resultados	Encuesta de evaluación de la actividad docente	20,27%	-	-	4-1516
	Encuesta egresados	83,33%	13,33%	-	
	Encuesta general estudiantes	No procede en un Master Universitario			
	Encuesta movilidad alumnos enviados	No se contempla la posibilidad de participar en programas de movilidad de estudiantes			
	Encuesta movilidad alumnos recibidos				
	Encuesta PAS	58,33%	68,44%	54,09%	
	Encuesta PDI	50,00%	9,09%%	16	
	Encuesta Plan de Acción Tutorial	No procede en un Master Universitario			
	Encuesta prácticas externas alumnos	-	-	1 alumno	
	Encuesta prácticas externas tutores de prácticas	-	-	1 tutor	

## Análisis y comentarios

Se distinguen dos tipos de resultados para la evaluación de la actividad docente del profesorado:

- DOCENTIA-UCV: 1 profesor del curso 2015-16 cumplía los criterios de participación en la 5ª convocatoria.
- Encuesta de evaluación de actividad docente: en este documento se indica el resultado agregado para la titulación correspondiente al ítem 19 "Globalmente estoy satisfecho con el/la profesor/a de esta asignatura/módulo", en el que se ha obtenido un 4,93 en una escala de 6; este resultado se considera satisfactorio, ya que es aproximadamente igual al resultado esperado que se marca como objetivo en la Facultad (4,50)

La participación del profesorado en el modelo DOCENTIA-UCV está determinada principalmente por el encargo docente total del profesor; si un docente tiene muy pocos créditos asignados, es difícil que se pueda aplicar con propiedad los criterios del modelo DOCENTIA-UCV porque su implicación en las tareas docentes sería bastante limitada y, por esa razón, su participación no sería obligatoria. Por estos motivos en la 5ª convocatoria Docentia, ha participado 1 profesor del máster.

De todos modos, a los profesores se les pasa la encuesta de evaluación de la actividad docente, con lo que se dispone de ese medio para hacer seguimiento más cercano y con alcance para todos los profesores que se desee cada curso.

 <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>
CURSO 2015/ 2016		FECHA: 06/03//2017

Las encuestas de satisfacción se encuentran en formato online, a través de la intranet, y es totalmente voluntaria, por lo que es complejo conseguir la participación de los integrantes de los grupos de interés.

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 no se pueden conocer por falta de participación de los Grupos de Interés implicados, por ello se continua con las Acciones de Mejora del curso 14-15.

Consecuencia de las acciones de mejora puestas en marcha en el curso 14/15 cuyo objetivo es aumentar la participación en la encuesta general de estudiantes se van a realizar las siguientes acciones, referidas a todos los grupos de interés:

1. Desde la Oficina de Calidad de la universidad se enviará información pormenorizada a los responsables del título, para la puesta en marcha de cada encuesta, así como los enlaces a dichas encuestas para que los envíen a los interesados.
2. Los responsables de la titulación enviarán a estudiantes, profesores y tutores externos los enlaces a las encuestas correspondientes y se les informará de la fecha tope de contestación, así como de la importancia de la participación en la respuesta para conseguir la mejora del título.
3. Se instará a los profesores a que animen a los alumnos a participar en las encuestas y les informen de la importancia de sus opiniones para mejorar la titulación. Se propone trasladar a los alumnos a las aulas de informática para que las rellenen o dejar unos minutos en tiempo de clase para ello.
4. Cada semana, se informará al responsable del título de la participación de alumnos, profesores y tutores en las encuestas para que pueda tomar medidas en caso de baja participación.

Además, desde la facultad se han planteado otras acciones de mejora referentes a:

- Facilitar la formación permanente del claustro de profesores de la Facultad.

 <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>
CURSO 2015/ 2016		FECHA: 06/03//2017

- Mejorar la coordinación entre las distintas asignaturas del plan de estudios.
- Aumento de la participación en la Encuesta de evaluación de la actividad docente.

Que se detallan en el plan de mejoras de la facultad.

#### 4.- Quejas, sugerencias y felicitaciones

Manual de Procesos	Indicador	Resultado	13-14	14-15	15-16	Acción de Mejora
6 - Gestión y revisión de las incidencias, reclamaciones y sugerencias	Tiempo medio atención de las quejas/sugerencias.	esperado	≤ 10	≤ 10	≤ 10	
		obtenido	No procede	No procede	No procede	
	Porcentaje de quejas/sugerencias atendidas.	esperado	≥ 70,00%	≥ 70,00%	≥ 70,00%	
		obtenido	No procede	No procede	No procede	

##### Análisis y comentarios

Las sugerencias, quejas y felicitaciones se canalizan normalmente a través del buzón on-line disponible en la web de la Universidad:

<https://www.ucv.es/buzon-de-quejas-y-sugerencias>

Si bien también se pueden realizar en formato papel, correo electrónico, personalmente, etc...

Durante el curso 2015-16 no se han recibido quejas, sugerencias o felicitaciones a través del buzón on-line.

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>CURSO 2015/ 2016</p>		<p>FECHA: 06/03//2017</p>

## 2. Plan de Mejoras

<p><b>Nº de mejora</b></p>	<p><b>01-1516</b></p>
<p><b>Titulación</b></p>	
<p>Todas las titulaciones de la facultad.</p>	
<p><b>Acción de Mejora</b></p>	
<p>Facilitar la formación permanente del claustro de profesores de la Facultad.</p>	
<p><b>Tareas a desarrollar</b></p>	
<p>Programar un Seminario de Formación permanente, destinado a profesores y a alumnos egresados.</p>	
<p><b>Responsable de la Tarea</b></p>	
<p>Vicedecano de la Titulación.</p>	
<p><b>Temporalización</b></p>	
<p>Un curso académico.</p>	
<p><b>Recursos necesarios</b></p>	
<p>Material de trabajo, recursos económicos, disponibilidad de agenda.</p>	
<p><b>Indicador asociado</b></p>	
<p>Satisfacción del profesorado con la formación recibida.</p>	
<p><b>Responsable seguimiento</b></p>	
<p>Coordinador de Calidad.</p>	
<p><b>Beneficios esperados</b></p>	
<p>Mejorar la formación del profesorado que repercutirá en la actividad docente.</p>	
<p><b>Resultados esperados</b></p>	
<p>Satisfacción del profesorado con la formación recibida.</p>	

 <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>
CURSO 2015/ 2016		FECHA: 06/03//2017

<b>Nº de mejora</b>	<b>02-1516</b>
<b>Titulación</b>	
Todas las titulaciones de la Facultad	
<b>Acción de Mejora</b>	
Mejorar la coordinación entre las distintas asignaturas del plan de estudios.	
<b>Tareas a desarrollar</b>	
Reunir con más frecuencia a las comisiones de coordinación docente.	
<b>Responsable de la Tarea</b>	
Vicedecano de la Titulación. Coordinador de módulo. Director de departamento.	
<b>Temporalización</b>	
Un curso académico	
<b>Recursos necesarios</b>	
Mecanismos de coordinación entre las diferentes materias/asignaturas.	
<b>Indicador asociado</b>	
Satisfacción de los estudiantes con la coordinación docente.	
<b>Responsable seguimiento</b>	
Coordinador de Calidad	
<b>Beneficios esperados</b>	
Mejorar la coordinación entre las distintas asignaturas del plan de estudios, así como la calidad los contenidos ofrecidos en el Grado en general.	
<b>Resultados esperados</b>	
Mejorar la coordinación entre las distintas asignaturas del plan de estudios	

 <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>CURSO 2015/ 2016</p>		<p>FECHA: 06/03//2017</p>

<p><b>Nº de mejora</b></p>	<p><b>03-1516</b></p>
<p><b>Titulación</b></p>	
<p>Todas las titulaciones de la facultad</p>	
<p><b>Acción de Mejora</b></p>	
<p>Continuar con el aumento de la participación en la <i>Encuesta de evaluación de la actividad docente</i></p>	
<p><b>Tareas a desarrollar</b></p>	
<p>Concienciar al alumnado de la importancia de las encuestas de la actividad docente para la mejora del grado.</p>	
<p><b>Responsable de la Tarea</b></p>	
<p>Vicedecano de la Titulación.</p>	
<p><b>Temporalización</b></p>	
<p>Un curso académico</p>	
<p><b>Recursos necesarios</b></p>	
<p>Reuniones del Responsable del Título con el alumnado. Mails de recordatorio del Responsable del Título con el alumnado.</p>	
<p><b>Indicador asociado</b></p>	
<p>Porcentaje de participación en la Encuesta. Satisfacción de los estudiantes con el profesorado.</p>	
<p><b>Responsable seguimiento</b></p>	
<p>Coordinador de Calidad</p>	
<p><b>Beneficios esperados</b></p>	
<p>Mayor conocimiento de la Actividad Docente.</p>	
<p><b>Resultados esperados</b></p>	
<p>Aumentar la participación en la Encuesta de Evaluación de la Actividad Docente.</p>	

 <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>
CURSO 2015/ 2016		FECHA: 06/03//2017

<b>Nº de mejora:</b>	<b>04-1516</b>
<b>Titulaciones</b>	
Todas las titulaciones de la Facultad	
<b>Acción de Mejora</b>	
<i>Aumentar la participación en las encuestas de satisfacción de todos los grupos de interés</i>	
<b>Tareas a desarrollar</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• 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.</li> <li>• Reservar tiempo en las horas de clase para cumplimentar las encuestas</li> <li>• Enviar correos motivadores a los grupos de interés</li> </ul>	
<b>Responsable de la Tarea</b>	
Vicedecano del título y coordinador de calidad	
<b>Temporalización</b>	
Un curso académico	
<b>Recursos necesarios</b>	
Reuniones del Responsable del Título con profesores y alumnos. Correos recordatorio del Responsable del Título al alumnado.	
<b>Indicador asociado</b>	
Indicadores de satisfacción	
<b>Responsable seguimiento</b>	
Coordinador de calidad	
<b>Beneficios esperados</b>	
Aumentar la participación de los grupos de interés en las encuestas de satisfacción	
<b>Resultados esperados</b>	
Porcentaje de participación en encuestas	