

Memoria Anual Resumida

Máster Universitario en Marketing y
Comunicación Corporativa

Curso Académico 2011-2012



CONTENIDOS

1	DATOS DE MATRÍCULA	4
1.1	Plazas de nuevo ingreso ofertadas	4
1.2	Número total de alumnos matriculados.....	4
1.3	Vía de acceso a los estudios	4
1.3.1	<i>Tipo de acceso</i>	4
1.3.2	<i>Titulación de acceso</i>	4
1.4	Perfil del alumnado de nuevo ingreso	5
1.4.1	<i>Perfil del alumnado (sexo)</i>	5
1.4.2	<i>Perfil del alumnado (edad)</i>	5
2	PROFESORADO	6
2.1	Categoría del profesorado	6
2.2	Ratio alumnos/profesor	6
3	MEMORIA DE ACTIVIDADES	7
3.1	Actividades destacadas	7
3.2	Principales hitos del curso académico	8
4	SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD	9
4.1	Calidad del profesorado	9
4.1.1	<i>Número de profesores evaluados</i>	9
4.1.2	<i>Resultados de evaluación parcial del profesorado</i>	9
4.1.3	<i>Resultados de evaluación completa del profesorado</i>	9
4.2	Evaluación del aprendizaje	10
4.2.1	<i>Distribución de calificaciones</i>	10
4.2.2	<i>Calificación del Trabajo Fin de Máster</i>	10
4.2.3	<i>Tasas de rendimiento</i>	10
4.2.4	<i>Tasa de rendimiento por materia</i>	11
4.2.5	<i>Alumnos egresados</i>	11
4.2.6	<i>Conclusiones Junta de Evaluación</i>	12
4.2.7	<i>Análisis evaluación del aprendizaje</i>	12
4.3	Satisfacción de los alumnos	12
4.3.1	<i>Encuestas de evaluación</i>	12
4.3.2	<i>Reuniones de delegados</i>	13
4.3.3	<i>Análisis satisfacción alumnos</i>	13
4.4	Satisfacción del personal docente.....	13
4.4.1	<i>Encuestas de satisfacción de los profesores con el programa</i>	13
4.4.2	<i>Reuniones de planificación, coordinación y evaluación</i>	13
4.4.3	<i>Análisis satisfacción del profesorado</i>	13
4.5	Satisfacción del personal no docente	13
4.5.1	<i>Reuniones de personal no docente</i>	13
4.5.2	<i>Análisis satisfacción personal no docente</i>	14

4.6	Satisfacción de agentes externos	14
4.6.1	<i>Evaluador externo</i>	14
4.6.2	<i>ACPUA</i>	14
4.6.3	<i>Seguimiento de recomendaciones de ANECA y ACPUA en sus informes de verificación</i>	14
4.7	Quejas y reclamaciones	16
4.7.1	<i>Resumen de incidencias, sugerencias y reclamaciones recibidas</i>	16
4.7.2	<i>Resumen de incidencias, sugerencias y reclamaciones recibidas (por temas)</i>	16
4.7.3	<i>Análisis de incidencias, sugerencias y reclamaciones</i>	16
4.8	Calidad de las prácticas externas	17
4.8.1	<i>Evaluación de las prácticas externas</i>	17
4.8.2	<i>Entidades donde se han realizado las prácticas externas</i>	17
4.8.3	<i>Análisis calidad prácticas externas</i>	17
4.9	Calidad del programa de movilidad	17
4.9.1	<i>Evaluación del programa de movilidad</i>	18
4.9.2	<i>Destino de alumnos outgoing</i>	18
4.9.3	<i>Origen de alumnos incoming</i>	18
4.9.4	<i>Análisis calidad programa de movilidad</i>	18
4.10	Inserción laboral de los titulados.....	18
4.10.1	<i>Datos de inserción laboral</i>	18
4.10.1	<i>Análisis inserción laboral</i>	19
5	PROPUESTAS DE MEJORA	20
5.1	Mejoras implantadas durante el curso académico 2011-2012.....	20
5.2	Propuestas de mejora para el curso académico 2012-2013.....	20
6	CUADRO DE INDICADORES	22

1 DATOS DE MATRÍCULA

1.1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas

	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Número de plazas de nuevo ingreso	30	30	30	30	-	-
Número de pre-inscripciones	11	16	14	29	-	-
RATIO PLAZAS DEMANDADAS / OFERTADAS	0,37	0,53	0,47	0,97	-	-

1.2 Número total de alumnos matriculados

ALUMNOS	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Alumnos de nuevo ingreso	11	16	14	19	-	-
Alumnos pendientes curso anterior	0	0	0	0	-	-
TOTAL ALUMNOS MATRICULADOS	11	16	14	19	-	-

1.3 Vía de acceso a los estudios

1.3.1 Tipo de acceso

VÍA DE ACCESO	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Título universitario español	10	15	13	18	-	-
Título universitario extranjero EEES	1	1	0	1	-	-
Título universitario extranjero no EEES	0	0	1	0	-	-
TOTAL	11	16	14	19	-	-

1.3.2 Titulación de acceso

TITULACIÓN	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Arquitectura Técnica	0	1	0	0	-	-
Bachelor en European Studies	1	0	0	0	-	-
Bachelor en Diseño Industrial	0	1	0	0	-	-
Diplomado en Relaciones Laborales	1	0	0	0	-	-
Diplomado en Turismo	1	0	1	1	-	-
Estudios Superiores en Diseño de Interiores	0	0	0	1	-	-
Estudios Superiores en Diseño Gráfico	0	1	0	0	-	-
Ingeniería Técnica Industrial	0	0	1	0	-	-
Ingeniería Técnica Industrial Mecánica	0	0	0	1	-	-
Licenciado en Administración y Dirección de Empresas	0	1	1	1	-	-
Licenciado en Arts, Lettres y Langues	0	0	0	1	-	-

Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y el deporte.	0	0	0	1	-	-
Licenciado en Ciencias de la Información	1	0	0	0	-	-
Licenciado en Derecho	0	0	1	0	-	-
Diplomado en Ciencias Empresariales	0	1	0	1	-	-
Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales	1	0	1	0	-	-
Licenciado en Economía	1	1	0	0	-	-
Licenciado en Filología Hispánica	0	0	1	0	-	-
Licenciado en Filología Inglesa	1	0	0	0	-	-
Licenciado en Filología y Letras	0	0	0	1	-	-
Licenciado en Humanidades	0	0	0	1	-	-
Licenciado en Periodismo	4	5	3	7	-	-
Licenciado en Publicidad y RRPP	0	5	5	3	-	-
TOTAL	11	16	14	19	-	-

1.4 Perfil del alumnado de nuevo ingreso

1.4.1 Perfil del alumnado (sexo)

SEXO	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Mujer	72,7%	50,0%	78,6%	47,4%	-	-
Hombre	27,3%	50,0%	21,4%	52,6%	-	-

1.4.2 Perfil del alumnado (edad)

EDAD	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
20-24	1	7	8	8	-	-
25-29	6	5	4	5	-	-
30-34	2	4	0	5	-	-
35-39	1	0	1	0	-	-
40-44	1	0	0	0	-	-
45-49	0	0	0	1	-	-
50+	0	0	1	0	-	-
EDAD MEDIA	29,2	26,3	27,3	27,2	-	-

2 PROFESORADO

2.1 Categoría del profesorado

% profesores en cada categoría

	PREVISIÓN MEMORIA DE VERIFICACIÓN	2008- 2009	2009- 2010	2010- 2011	2011- 2012	2012- 2013	2013- 2014
% doctores acreditados	Memoria abreviada	6,5%	20,4%	22,0%	43,1%	-	-
% doctores no acreditados		67,7%	55,1%	51,2%	31,4%	-	-
% licenciados doctorandos	Memoria abreviada	6,5%	8,2%	2,4%	3,9%	-	-
% licenciados/diplomados		19,3%	16,3%	24,4%	21,6%	-	-

% ECTS impartidos por cada categoría

	PREVISIÓN MEMORIA DE VERIFICACIÓN	2008- 2009	2009- 2010	2010- 2011	2011- 2012	2012- 2013	2013- 2014
% doctores acreditados	NP	NP	NP	NP	38,4%	-	-
% doctores no acreditados		NP	NP	NP	32,0%	-	-
% licenciados doctorandos	NP	NP	NP	NP	1,6%	-	-
% licenciados/diplomados		NP	NP	NP	28,0%	-	-

2.2 Ratio alumnos/profesor

	2008- 2009	2009- 2010	2010- 2011	2011- 2012	2012- 2013	2013- 2014
Alumnos matriculados	11	16	14	19	-	-
Profesores tiempo completo (equivalente)*	1,67	2,0	2,0	1,94	-	-
RATIO ALUMNOS/PROFESOR	6,6	8,0	7,0	9,8	-	-

*Los valores 2008-2009; 2009-2010 y 2010-2011 en cuanto a la equivalencia a tiempo completo de profesores y el ratio alumno/profesor han sido ajustados a una relación de 36 ECTS totales de jornada completa.

3 MEMORIA DE ACTIVIDADES

3.1 Actividades destacadas

- **Seminario de actualización profesional: “Liderazgo Comunicativo para tiempos de contextos cambiantes” (17-11-2011)**

Evento a cargo de la Mgter. Alejandra Brandolini quien desarrollo temáticas tales como: La comunicación como juego de suma positiva, los sentidos de la Comunicación en las organizaciones, liderazgo comunicativo, nuevas formas de comunicación y liderazgo y claves de comunicación.

- **Seminario de actualización profesional: “Tendencias e Innovación en Comunicación y Marketing: NEUROMARKETING” (26-01-2012)**

Estuvo a cargo de la Dra. María López (CEO de BitBrain - <http://bitbrain.es>).

- **Seminario de actualización profesional: “Comunicación en Medios Sociales” (14-03-2012)**

A cargo del profesor Carlos Alberto Scolari quien trato los temas evolución de Internet y de Social Medias, medios sociales, la empresa en medios sociales, las nuevas figuras profesionales (SEO, SEM, etc.).

- **“¡Crónica de un matrimonio exitoso! Marketing & Comunicación”, charla dictada por Enrique Torguet Ramos (11-04-2012)**

La Edición 2012-2013 del Máster en Marketing y Comunicación Corporativa y del Doctorado en Comunicación de la Facultad de Comunicación de la Universidad San Jorge fue presentada por el director de Marketing, Comunicación y Relaciones Institucionales de Grupo Zaragoza (Ámbar), Enrique Torguet. La charla se tituló “¡Crónica de un matrimonio exitoso! Marketing & Comunicación”.

- **Maratón solidario, organizado por el Máster en Marketing y Comunicación Corporativa (18-04-2012)**

El Maratón Solidario en Comunicación Corporativa centrado en la responsabilidad social contó con la participación de 24 expertos profesionales asesores que aportaron su ayuda a 14 ONGs. La actividad concluyó con una conferencia abierta al público titulada “Claves para la comunicación solidaria en la actualidad”, en la que participaron Alejandra Brandolini (CPRP - Argentina), Carmen Garcés (Cáritas Diocesana de Zaragoza) y Ricardo Pereda (Presidente DIRCOM Aragón).

- **Seminario de actualización profesional: “Trendigital” (23-06-2012)**

Seminario sobre las tendencias en marketing digital. El evento corrió a cargo de Juan Manuel Lucero, Coordinador Diplomatura en Marketing Digital en la Universidad Blas Pascal (Argentina) y Fundador y Director de la consultora INNOVA.

- **Sesión especial “Metodología práctica de investigación científica” (06-07-2012)**

Con la participación de los profesores Victoria Tur (Universidad de Alicante) y José Manuel de Pablos (Revista Latina de Comunicación Social, Universidad de La Laguna) se celebró la sesión especial “Metodología práctica de investigación científica”. Los contenidos fueron: la

publicación científica en comunicación, proyectos editoriales en esta área del conocimiento y sistemas de evaluación de la actividad investigadora.

- **Sesión Especial In company “Palacio de La Aljafería - Cortes de Aragón” (17 y 18 -2-2012)**

“El protocolo y la organización de eventos” a cargo del Prof. Javier Carnicer Domínguez, responsable de Protocolo de las Cortes de Aragón.

- **Sesión Especial In company Planta Industrial de “La Zaragozana (Ambar)” (15-3-2012)**

“Patrocinio y Mecenazgo” a cargo de Enrique Torguet, director de Marketing, Comunicación y Relaciones Institucionales de Grupo Zaragozana (Ámbar)

- **Sesión Especial In company “Zaragoza Activa” (12-01-2012)**

Proyectos y emprendedurismo. Sesión de reintroducción al Máster. Presentación de los Manuales de Proyecto Final de Máster y sesión informativa referente al Módulo de.

- **Sesión Especial In company “CIEM ZARAGOZA” (31-3-2012)**

Cómo emprender un proyecto empresarial a cargo de Carlos Piñeyroa (Director el CIEM) y Taller de orientación al Proyecto Fin de Máster a cargo del Director, Alejandro Álvarez Nobell.

- **Taller práctico: La toma de decisiones en las sociedades mercantiles y la ejecución de las mismas. (29-02-2012)**

Profesor. Fernando Lostao Crespo, Secretario General Universidad San Jorge

- **Taller Presentaciones eficaces (13 de diciembre de 2011):** impartido por el Profesor del Máster Universitario en Dirección de Empresas (MBA), Carlos Founaud.

- **Habilidades Directivas y Resolución de Conflictos (7 de marzo 2012)**

Taller que tiene el objetivo de desarrollar competencias específicas (trabajar en equipo en situaciones de estrés, fomentar la confianza entre partners, aumentar la motivación en la resolución de problemas y mejorar la competitividad y la coordinación para conseguir el liderazgo) que luego puedan ser requeridas en su vida profesional. a cargo del Prof. Dr. Pedro Cuesta Valdiño, profesor del Máster Universitario en Marketing y Comunicación Corporativa y Cinturón Blanco y Rojo 6º Dan de Karate (RFEK).

3.2 Principales hitos del curso académico

- Único programa oficial de su tipo (vincula el Marketing y la Comunicación Corporativa) en Aragón y España.
- Empresas/Instituciones vinculadas de destacada importancia en el ámbito de la comunicación y el marketing: Zaragoza Activa; La Zaragozana; Grupo Telecinco-Cuatro, Bassat-Ogilvy; Ibercaja; IBM; Asociación Española de Investigadores en Relaciones Públicas; Deployment; Cortes de Aragón, AC Consultores; La Caixa; Proximia-Havas.
- Participación de docentes de alto prestigio. Se ha reforzado este hito con la invitación a profesores del ciclo Aula Abierta de la Universidad San Jorge, con invitación especial a todos los alumnos del máster.

- Interés de los alumnos por el programa de Doctorado de la Facultad (13 alumnos matriculados en el Itinerario Investigador).
- Lanzamiento de la Colección de Libros “Visión y Acción. Marketing y Comunicación” que prevé 5 primeros volúmenes () con la participación de más de 60 expertos vinculados al Máster. El primer texto se titulado “Investigar en Ciencias Sociales. El estudio de la comunicación” y se continúa con otros que versan en torno a temáticas tales como “La organización para el cambio. Visión estratégica”; “Principios y estrategias de marketing”; “Comunicación corporativa” y “Desarrollo y gestión de marketing y comunicación”.

4 SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

4.1 Calidad del profesorado

Se evalúa la calidad del profesorado mediante el Procedimiento de Evaluación y Mejora de la Actividad Docente del Profesorado de Posgrado (PEM6). El procedimiento ha sido verificado por ANECA dentro del Programa DOCENTIA.

4.1.1 Número de profesores evaluados

	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Número de profesores	31	35	45	50	-	-
Número de profesores sometidos a evaluación	31	34	45	50	-	-
% PROFESORES EVALUADOS	100%	97,1%	100%	100%	-	-

4.1.2 Resultados de evaluación parcial del profesorado

	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Número de profesores	31	35	45	50	-	-
Número de profesores sometidos a evaluación	31	34	45	50	-	-
% profesores sometidos a evaluación parcial	100%	97,1%	100%	100%	-	-
Valoración: Excelente	61,9%	62,8%	62,2%	38,0%	-	-
Valoración: Bueno	30,9%	20,9%	20,0%	52,0%	-	-
Valoración: Adecuado	4,8%	9,3%	15,6%	8,0%	-	-
Valoración: Deficiente	2,4%	4,6%	2,2%	2,0%	-	-
VALORACIÓN MEDIA TITULACIÓN	8,4	8,3	8,4	8,1	-	-
VALORACIÓN MEDIA UNIVERSIDAD	8,2	8,3	8,1	8,3	-	-

4.1.3 Resultados de evaluación completa del profesorado

	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Número de profesores sometidos a evaluación completa	NP	5	NP	6	-	-

Valoración: Excelente	NP	20,0%	NP	66,7%	-	-
Valoración: Bueno	NP	40,0%	NP	16,7%	-	-
Valoración: Adecuado	NP	40,0%	NP	16,7%	-	-
Valoración: Deficiente	NP	0,0%	NP	0	-	-
VALORACIÓN MEDIA TITULACIÓN	NP	7,1	NP	8,2	-	-
VALORACIÓN MEDIA UNIVERSIDAD	NP	NP	NP	8,0	-	-

4.2 Evaluación del aprendizaje

4.2.1 Distribución de calificaciones

CALIFICACIÓN	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
No presentado	5,5%	0,0%	0,0%	4,3%	-	-
Suspense	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	-	-
Aprobado	60,0%	21,9%	8,2%	36,6%	-	-
Notable	34,5%	41,7%	51,8%	43,0%	-	-
Sobresaliente	0,0%	36,4%	40,0%	12,9%	-	-
Matrícula de honor	0,0%	0,0%	0,0%	2,2%	-	-

4.2.2 Calificación del Trabajo Fin de Máster

CALIFICACIÓN	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
No presentado	9,1%	0,0%	0,0%	21,4%	-	-
Suspense	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-	-
Aprobado	63,6%	6,3%	21,4%	21,4%	-	-
Notable	27,3%	43,7%	35,7%	28,6%	-	-
Sobresaliente	0,0%	50,0%	42,9%	14,3%	-	-
Matrícula de honor	0,0%	0,0%	0,0%	14,3%	-	-
CALIFICACIÓN MEDIA	6,7	8,3	7,9	7,8	-	-

4.2.3 Tasas de rendimiento

TASA	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Tasa de rendimiento	94,2%	100,0%	100,0%	94,6%	-	-
Tasa de abandono (<5.0%)*	9,1%	0,0%	0,0%	0,0%	-	-
Tasa de graduación (>90.0%)*	90,9%	100,0%	100,0%	62,5%	-	-
Tasa de eficiencia (>90.0%)*	100,0%	100,0%	98,9%	95,4%	-	-

Tasa de éxito	100,0%	100,0%	100,0%	98,7%	-	-
Tasa de evaluación	100,0%	100,0%	100,0%	95,8%	-	-

* Tasas previstas en la memoria de verificación del título presentada a ANECA

4.2.4 Tasa de rendimiento por materia

MATERIA	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Visión estratégica de la organización	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
Principios y estrategias de marketing	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
Comunicación corporativa	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
Desarrollo y gestión de marketing y comunicación	100,0%	100,0%	100,0%	92,9%	-	-
Prácticas externas	-	100,0%	100,0%	87,5%	-	-
Investigación aplicada al marketing y comunicación	-	100,0%	100,0%	100,0%	-	-
Proyecto final	100,0%	100,0%	100,0%	78,6%	-	-
TASA DE RENDIMIENTO GLOBAL	-	100,0%	100,0%	92,5%	-	-

4.2.5 Alumnos egresados

	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Total egresados	10	16	14	10	-	-
Egresados 1ª convocatoria	10	16	13	7	-	-
Duración 1ª convocatoria	12 meses	12 meses	15 meses	15 meses	-	-
Egresados 2ª convocatoria	0	0	1	3	-	-
Duración 2ª convocatoria	15 meses	15 meses	18 meses	18 meses	-	-
DURACIÓN MEDIA EN LOS ESTUDIOS (MESES)	12,0	12,0	15,2	15,9	-	-

4.2.6 Conclusiones Junta de Evaluación

Puntos fuertes

El profesorado destaca cómo aspectos positivos del programa:

- La organización en general, las dimensiones y participación del grupo de estudiantes. El número de asistentes es el idóneo para favorecer la comunicación y el proceso de aprendizaje.
- Instalaciones y medios materiales. Personal de Dirección y Coordinación.
- Rigor en la planificación y gestión del máster. Orientación académica.
- La estructura del programa y la coherente en el orden de impartición de las ponencias.
- Variedad del profesorado, contenidos y puntos de vista.
- Calidad de los alumnos (heterogeneidad de perfiles) e interés de estos.

Aspectos a mejorar

Igualmente la Junta de Evaluación considera necesario mejorar:

- La regularidad en la asistencia a clase del alumnado.
- Revisión de los horarios y extensión de la jornada de clase.
- Mejor planificación de las sesiones. Impartir una asignatura tres días seguidos impide la asimilación de conceptos por parte del alumno.
- La incentivación de la lectura previa de los materiales, disponible en el Campus Virtual por parte de los estudiantes.
- Mayor internacionalización del programa.

4.2.7 Análisis evaluación del aprendizaje

De los 19 ingresantes: 10 han completado el programa, 6 alumnos han participado en modalidad en módulos específicos; y 3 alumnos han solicitado anulación de convocatoria de trabajo final de Máster y Memoria de Practica por razones particulares que han sido consideradas y evaluadas por Secretaria Académica y la Dirección del programa en función de la normativa vigente.

A destacar los resultados académicos y el muy buen nivel de los PFM, recibiendo dos de ellos la matrícula de honor.

4.3 Satisfacción de los alumnos

4.3.1 Encuestas de evaluación

CONCEPTO	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Satisfacción con módulos que componen el plan de estudios	7,3	6,2	6,6	6,8	-	-	-
Satisfacción con el programa	6,7	4,9	6,9	7,1	-	-	-
Satisfacción con el profesorado	8,4	8,3	8,4	8,1	-	-	-

4.3.2 Reuniones de delegados

Durante el desarrollo del Máster se celebró el 24 de febrero de 2012, una reunión de delegados, de la que destacan los siguientes temas tratados:

- Revisar la secuencia de contenidos de los módulos para asegurar la impartición de los contenidos más básicos al comienzo de cada módulo.
- Mejorar las instrucciones escritas de los trabajos finales de los módulos.
- Asegurar una aplicación coherente y justa de las pruebas de evaluación por parte de algunos profesores.
- Estudiar la posibilidad de mejorar la oferta de prácticas externas, tanto en empresas como en puestos ofertados.
- Estudiar la posibilidad de integrar elementos de lengua inglesa en el programa.

4.3.3 Análisis satisfacción alumnos

Las observaciones de los alumnos se han afrontado y resuelto a lo largo del desarrollo del máster, de manera que las encuestas y la reunión de delegados ha servido para corregir y reenfocar las cuestiones pertinentes.

4.4 Satisfacción del personal docente

4.4.1 Encuestas de satisfacción de los profesores con el programa

	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Satisfacción de los profesores con el programa	NP	9,2	9,0	9,5	-	-
Media Universidad (Máster)	NP	9,1	9,1	9,1	-	-

4.4.2 Reuniones de planificación, coordinación y evaluación

No se destaca ninguna incidencia o sugerencia procedente de las reuniones de coordinación del profesorado.

4.4.3 Análisis satisfacción del profesorado

Los profesores están satisfechos con su participación en el programa y tienen voluntad de repetir. Para el curso 2012-2013 se cuenta con el 90% de los mismos.

4.5 Satisfacción del personal no docente

4.5.1 Reuniones de personal no docente

El trabajo de coordinación con el personal no docente es constante y muy fluido. Los temas tratados durante las reuniones se han basado en el control de calendario, organización de tribunales, calificaciones, prácticas, incidencias, contenidos trabajos, tutorización alumnos, presupuesto, seguimiento de asistencias, evaluaciones de calidad, etc. Y también el diseño de sesiones complementarias con profesores del máster o ponentes especializados.

Las propuestas de mejora que se han tratado se han basado en la organización y comunicación con alumnos y docentes y extraídas de las encuestas y de la reunión de delgados.

4.5.2 *Análisis satisfacción personal no docente*

Las reuniones con el personal no docente han sido concisas y eficaces y han respondido a los objetivos de resolver todas las cuestiones derivadas de la función.

4.6 **Satisfacción de agentes externos**

4.6.1 *Evaluador externo*

No se ha realizado la Evaluación Externa en el curso académico 2011-2012.

4.6.2 *ACPUA*

Informe de seguimiento de las titulaciones implantadas durante el curso 2008-2009 en la Universidad San Jorge (ACPUA, octubre 2012):

http://www.aragon.es/estaticos/Seguimiento_10_11/1011_USJ_IS_MU_Marketing.pdf

4.6.3 *Seguimiento de recomendaciones de ANECA y ACPUA en sus informes de verificación*

INFORME	RECOMENDACIONES	SEGUIMIENTO	ESTADO
Informe de Verificación ANECA 11-02-09	No hay	No procede	-
Informe de Modificación ANECA	No procede	No procede	-
Informe global de seguimiento ACPUA 31-05-11	Aspecto a revisar: Reflejar en las memorias el cumplimiento de los compromisos de la memoria de verificación respecto a la incorporación de profesorado y a la disponibilidad de infraestructuras.	2010-2011: En el Apartado 2.2. de esta Memoria se comenta el cumplimiento de las previsiones incluidas en la Memoria de Verificación en cuanto a profesorado. Referente a infraestructuras, se hace un análisis de la situación actual en el Apartado 10 de esta Memoria.	Cerrado
Informe global de seguimiento ACPUA 31-05-11	Aspecto a revisar: Incluir en las memorias los valores objetivo señalados en las memorias de verificación valorando los resultados obtenidos respecto a los mismos.	2010-2011: En el Apartado 6.3.3. de esta Memoria se han incluido las tasas de referencia incluidas en la Memoria de Solicitud de Verificación correspondiente.	Cerrado
Informe global de seguimiento ACPUA 31-05-11	Aspecto a revisar: Ofrecer una desagregación de las tasas de rendimiento por asignatura.	2010-2011: Se han incluido en la Memoria las tasas de rendimiento por asignatura para facilitar el análisis de la evaluación de aprendizaje.	Cerrado
Informe global de seguimiento ACPUA 31-05-11	Recomendación: Incluir las guías de todos los cursos académicos, aunque se encuentren pendientes de implantación.	2010-2011: Para el curso académico actual 2010-2011 las Guías Docentes han estado disponibles en la página web de la Universidad desde el comienzo de los módulos correspondientes. Para el próximo curso académico las Guías	Cerrado

		<p>Docentes estarán disponibles al comienzo del programa.</p> <p>2011-2012</p> <p>Para el curso académico actual 2011-2012 las Guías Docentes de todos los módulos que componen el plan de estudios han estado disponibles en la página web de la Universidad desde el comienzo del programa. Para el próximo curso académico las Guías Docentes estarán disponibles durante el periodo de captación y matriculación.</p>	
<p>Informe global de seguimiento ACPUA</p> <p>31-05-11</p>	<p>Recomendación:</p> <p>Ampliar la información publicada en la web de la Universidad San Jorge sobre el seguimiento de las titulaciones con la publicación de las memorias anuales o de un extracto de las mismas.</p>	<p>2010-2011:</p> <p>Se está trabajando actualmente en el formato y contenidos de la información a publicar en la web de la Universidad, incluyendo resultados de evaluación, tasas de rendimiento académico y una versión resumida de la Memoria Anual de cada titulación.</p> <p>2011-2012:</p> <p>Se ha ampliado la información publicada en la web de la Universidad en cuanto a resultados de evaluación, indicadores, satisfacción de los grupos de interés etc. Al cerrar esta Memoria se publicará una versión resumida de la misma en la web.</p>	Cerrado
<p>Informe específico de seguimiento ACPUA</p> <p>31-05-11</p>	<p>Recomendación:</p> <p>Ampliar la información existente de manera pública sobre las guías docentes de las asignaturas.</p>	<p>2010-2011:</p> <p>Para el curso académico actual 2010-2011 las Guías Docentes han estado disponibles en la página web de la Universidad desde el comienzo de los módulos correspondientes. Para el próximo curso académico las Guías Docentes estarán disponibles al comienzo del programa.</p> <p>2011-2012</p> <p>Para el curso académico actual 2011-2012 las Guías Docentes de todos los módulos que componen el plan de estudios han estado disponibles en la página web de la Universidad desde el comienzo del programa. Para el próximo curso académico las Guías Docentes estarán disponibles durante el periodo de captación y matriculación.</p>	Cerrado
<p>Informe específico de seguimiento ACPUA</p> <p>31-05-11</p>	<p>Ampliar la información relativa a las prácticas externas e instituciones colaboradoras en el Auto informe y en la guía docente.</p>	<p>2010-2011:</p> <p>Se incluye esta información en esta Memoria Anual del Programa 2010-2011.</p>	Cerrado
<p>Informe específico de seguimiento ACPUA</p> <p>31-05-11</p>	<p>Desplegar el procedimiento de análisis de la inserción laboral de los egresados.</p>	<p>2010-2011:</p> <p>Se incluyen en esta Memoria Anual del Programa 2010-2011 los primeros datos procedentes del estudio de inserción laboral realizado en 2010-2011.</p>	Cerrado
<p>Informe específico de seguimiento ACPUA</p> <p>01-10-12</p>	<p>Las encuestas de inserción laboral deben mejorar sus niveles de respuesta y desagregar la ocupación en trabajos conseguidos tras la realización del programa y en trabajos que ya se venían realizando.</p>	<p>2011-2012:</p> <p>Se sigue trabajando el proceso de análisis de inserción laboral para disponer de más datos sobre los titulados.</p>	Abierto

Informe específico de seguimiento ACPUA 01-10-12	Deben realizarse mediciones de la satisfacción de los estudiantes con el programa de prácticas.	2011-2012: A todos los alumnos que realizan prácticas externas se les pide el cumplimiento de la encuesta de satisfacción correspondiente. Sin embargo las tasas de respuesta para los programas	Abierto
Informe específico de seguimiento ACPUA 01-10-12	Aumentar el número de créditos impartidos por doctores con evaluación positiva de ANECA.	2011-2012: Para este curso académico se ha conseguido aumentar el número de créditos impartidos por doctores acreditados, llegando a un 43%.	Cerrado

4.7 Quejas y reclamaciones

4.7.1 Resumen de incidencias, sugerencias y reclamaciones recibidas

TIPO	ALUMNOS	PERSONAL DOCENTE	PERSONAL NO DOCENTE	OTROS	TOTAL
Sugerencias	1	0	0	0	1
Incidencias	0	0	0	0	0
Reclamaciones	0	0	0	0	0
Otros	0	0	0	0	0

4.7.2 Resumen de incidencias, sugerencias y reclamaciones recibidas (por temas)

TEMA	TOTAL
NP	NP
TOTAL	NP

4.7.3 Análisis de incidencias, sugerencias y reclamaciones

Todas las sugerencias se han respondido de forma directa o a través de la UTC de la Universidad. Las incidencias se han atendido personalmente por la Dirección de la Titulación o por el personal de Coordinación, buscando en todos los casos la solución adecuada de acuerdo con los intereses del proponente y las obligaciones de la Universidad

4.8 Calidad de las prácticas externas

La calidad del programa de prácticas se evalúa mediante el Procedimiento de Evaluación y Mejora del Programa de Prácticas Externas (PEM3).

4.8.1 Evaluación de las prácticas externas

	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Número de alumnos matriculados en la materia de prácticas externas	0	11	4	8	-	-
Número de alumnos que han realizado prácticas externas	0	11	4	8	-	-
Número de alumnos que han superado la materia de prácticas externas	0	11	4	7	-	-
Satisfacción de los alumnos con el programa de prácticas externas	NP	NP	NC	NC	-	-

4.8.2 Entidades donde se han realizado las prácticas externas

ENTIDAD	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
ASAPME _ASOCIACION ARAGONESA PRO SALUD MENTAL	NP	NP	NP	1	-	-
AYUNTAMIENTO DE ZARAGOZA	NP	NP	NP	1	-	-
BASKET ZARAGOZA 2002 S.A.D.	NP	NP	NP	1	-	-
BIT&BRAIN TECHNOLOGIES, S.L.	NP	NP	NP	1		
CENTYBEL, S.L.	NP	NP	NP	1	-	-
CIERZO DEVELOPMENT S.L.	NP	NP	NP	1	-	-
EUROFOR CENTRO DE FORMACION S.L._EFOR GRUPO IZQUIERDO	NP	NP	NP	1	-	-
LOGIA AGENCE IMMOBILIERE	NP	NP	NP	1	-	-
ZARAGOZA URBANA SA	NP	NP	1	NP	-	-
ZESIS SL	NP	NP	3	NP	-	-
TOTAL	NP	NP	4	8	-	-

4.8.3 Análisis calidad prácticas externas

No se han recogido datos sobre la satisfacción de las entidades con las prácticas externas realizadas.

4.9 Calidad del programa de movilidad

La calidad del programa de movilidad se evalúa mediante el Procedimiento de Evaluación y Mejora del Programa de Movilidad (PEM4).

4.9.1 Evaluación del programa de movilidad

	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
Número de alumnos participantes (outgoing)	0	0	0	0	-	-
% de alumnos participantes (outgoing)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	-	-
Número de destinos	0	0	0	0	-	-
Satisfacción de los alumnos con el programa de movilidad (outgoing)	NP	NP	NP	NP	-	-
Número de alumnos no propios acogidos (incoming)	1	0	0	4	-	-
Número de orígenes	1	0	0	3	-	-
Satisfacción de los alumnos con el programa de movilidad (incoming)	NP	NP	NP	NP	-	-

4.9.2 Destino de alumnos outgoing

DESTINO	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
NP	NP	NP	NP	NP	-	-
TOTAL	NP	NP	NP	NP	-	-

4.9.3 Origen de alumnos incoming

ORIGEN	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
FRANCIA	NP	NP	NP	1	-	-
PORTUGAL	NP	NP	NP	2	-	-
TURQUIA	NP	NP	NP	1	-	-
TOTAL	NP	NP	NP	4	-	-

4.9.4 Análisis calidad programa de movilidad

Los alumnos propios del programa no han participado el programa de movilidad.

4.10 Inserción laboral de los titulados

4.10.1 Datos de inserción laboral

	AÑO DE ESTUDIO DE INSERCIÓN LABORAL						
	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Total acumulado de egresados	-	-	40	NP	-	-	-
Número egresados encuestados	-	-	12	NP	-	-	-
Total contratos cuenta ajena	-	-	4 (33,3%)	NP	-	-	-

Contratos indefinidos	-	-	2 (16,7%)	NP	-	-	-
Otros contratos	-	-	2 (16,7%)	NP	-	-	-
Adecuación del puesto	-	-	ND	NP	-	-	-
Grado de satisfacción con el trabajo	-	-	8,3	NP	-	-	-

Total trabajos cuenta propia	-	-	3 (25,0%)	NP	-	-	-
Grado de satisfacción con el trabajo	-	-	9,5	NP	-	-	-

Total parados	-	-	5 (41,7%)	NP	-	-	-
Paro involuntario (no encuentra ningún trabajo)	-	-	1 (8,3%)	NP	-	-	-
Paro involuntario (no encuentra trabajo adecuado)	-	-	2 (16,7%)	NP	-	-	-
Paro involuntario (otras razones)	-	-	0 (0,0%)	NP	-	-	-
Paro voluntario (en formación)	-	-	2 (16,7%)	NP	-	-	-
Paro voluntario (otras razones)	-	-	0 (0,0%)	NP	-	-	-

Formación posterior realizada	-	-	10 (83,3%)	NP	-	-	-
Grado	-	-	1 (8,3%)	NP	-	-	-
Máster Universitario	-	-	1 (8,3%)	NP	-	-	-
Doctorado	-	-	3 (25,0%)	NP	-	-	-
Otros estudios de posgrado	-	-	0 (0,0%)	NP	-	-	-
Formación continua	-	-	5 (41,7%)	NP	-	-	-

4.10.1 Análisis inserción laboral

No se dispone de datos todavía.

5 PROPUESTAS DE MEJORA

5.1 Mejoras implantadas durante el curso académico 2011-2012

- Consolidar el cuadro docente para mantenerlo estable una vez logrado un alto nivel de satisfacción.
- Consolidar la calidad de la actividad docente y del programa de prácticas externas.
- Mejorar la satisfacción de los alumnos con el programa.
- Estimular la asistencia y participación de los alumnos mediante recomendaciones a los profesores acerca de la dinámica de las clases y ejercicios posteriores de verificación de aprendizaje.
- Consolidar y mejorar el servicio de tutoría a los alumnos tanto en prácticas como en PFM.
- Facilitar información clara y precisa sobre PFM y prácticas externas.
- Mejorar el funcionamiento el de la Plataforma Docente Universitaria y potenciar su rendimiento, como herramienta formativa (aula y biblioteca virtual, etc.), espacio de comunicación y encuentro entre los participantes en el Master (foros, chats, etc.) y canal de comunicación interna (correo, tablón de avisos, etc.).
- Evitar solapamientos de contenidos de asignaturas.
- Mantener el objetivo de cohesión del alumnado con una dinámica que facilite el rendimiento académico a lo largo del Master y un aprendizaje diversificado según las expectativas de cada alumno.
- Anticiparse a las demandas de servicio por parte de coordinación.
- Consolidar el valor de los colaboradores, para que la aportación de su experiencia profesional diaria enriquezca el carácter avanzado del Master sin poner en riesgo el rigor y cualificación académica de este Programa Oficial.
- Reforzar la formación académica con sesiones especializadas.
- Promover la participación de profesores en actividades formativas complementarias que refuercen contenidos de asignaturas del programa.
- Incorporación de la figura del Coordinador del Módulo de Prácticas.

5.2 Propuestas de mejora para el curso académico 2012-2013

Líneas de acción de valor estratégico:

- Incrementar el número de ECTS impartidos por PDI Doctores acreditados.
- Asegurar la evaluación de las prácticas externas por parte de los alumnos que opten por el Itinerario Profesional
- Asegurar la publicación de las Guías Docentes de todas las materias antes del comienzo del programa.
- Lograr una integración y articulación de contenidos y competencias en las instancias de evaluación.
- Evitar solapamientos de contenidos de asignaturas.
- Incrementar el número de actividades y acciones que contribuyan a mejorar el posicionamiento del Máster en Zaragoza y España.

- Incorporar, en el marco de la Política Lingüística de la Universidad formación específica en inglés aplicado al campo profesional del Marketing y la Comunicación.
- Estimular y favorecer la participación e integración de los estudiantes del Máster a las actividades y servicios que ofrece la Facultad y la Universidad.

6 CUADRO DE INDICADORES

CÓDIGO	INDICADOR	2008-2009	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014
IN-001-MAR	Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas	30	30	30	30	-	-
IN-002-MAR	Ratio plazas demandadas / ofertadas	0,37	0,53	0,47	0,97	-	-
IN-003-MAR	Número de alumnos de nuevo ingreso	11	16	14	19	-	-
IN-004-MAR	Edad media del alumnado al comienzo del programa (años)	29,2	26,3	27,3	27,2	-	-
IN-005-MAR	Número total de alumnos matriculados	11	16	14	19	-	-
IN-006-MAR	Ratio alumnos/profesor a tiempo completo	4,6	5,3	4,5	10	-	-
IN-007-MAR	% profesores doctores acreditados	6,5%	20,4%	22,0%	43,1%	-	-
IN-008-MAR	% de profesores sometidos a evaluación de la actividad docente	100,0%	97,1%	100,0%	100,0%	-	-
IN-009-MAR	Satisfacción de los alumnos con la actividad docente del profesorado	8,4	8,3	8,4	8,1	-	-
IN-010-MAR	Calificación media de profesores sometidos a la evaluación completa	NP	7,1	NP	8,2	-	-
IN-011-MAR	% de alumnos que han realizado prácticas externas	0,0%	68,7%	28,6%	36,8%	-	-
IN-013-MAR	Satisfacción de los alumnos con el programa de prácticas externas	NP	NP	NC	NC	-	-
IN-014-MAR	Número de actividades complementarias realizadas	11	9	5	14	-	-
IN-015-MAR	Tasa de rendimiento global	94,2%	100,0%	100,0%	94,6%	-	-
IN-016-MAR	Tasa de graduación global	90,1%	100,0%	100,0%	62,5%	-	-
IN-017-MAR	Calificación media del Trabajo Fin de Máster	6,7	8,3	7,9	7,8	-	-
IN-018-MAR	Duración media en los estudios (meses)	12,0	12,0	15,2	15,9	-	-
IN-019-MAR	Satisfacción de los alumnos con los módulos del programa	7,3	6,2	6,6	6,8	-	-
IN-020-MAR	Número de alumnos egresados	10	16	14	10	-	-
IN-021-MAR	Satisfacción de los egresados con el programa	6,7	4,9	6,9	6,3	-	-
IN-022-MAR	Satisfacción del profesorado con el programa	NP	9,2	9,0	8,1	-	-

ANEXO: Comisión de Calidad del Máster Universitario en Marketing y Comunicación Corporativa

Fecha de reunión: 31 de mayo de 2013.

Lugar: Aula Magna Rectorado. Universidad San Jorge. Campus Villanueva de Gállego.

Asistentes:

- Joseba Bonaut (Decano, Facultad de Comunicación).
- Alejandro Álvarez Nobell (Director del Máster Universitario en Marketing y Comunicación Corporativa).
- Cayetano Fernández (Profesor del curso del Máster Universitario en Marketing y Comunicación Corporativa).
- Alfredo Pérez Rueda (Alumno del Máster promoción 2011-2012).
- Fernando Carcavilla (Alumno y Máster promoción 2012-2013).
- Alberto Martín (Representante Unidad Técnica de Calidad).
- Raquel Casanovas (Coordinadora Administrativa del Máster Universitario en Marketing y Comunicación Corporativa).

Principales conclusiones:

- Se señala como positivo el cumplimiento de las mejoras señaladas en ediciones anteriores, la consolidación del programa y el incremento en el número de inscriptos e interesados.
- Se destaca la flexibilidad desde Dirección y la coordinación antes los diferentes problemas que puedan surgir.
- Los alumnos señalaron que el claustro de profesores está cualificado.
- Es necesario mejorar los criterios de evaluación en los Trabajos fin de módulo para evitar subjetividad en la corrección, criterios no unificados, sobredimensión de lo que se exige en relación a lo que se ha dado en clase en casos concretos; pertinencia de los evaluadores.
- Para evitar el solapamiento de contenidos, se sugiere revisar el diseño y la implantación de los talleres de integración de fin de módulo mal.
- La alta carga de trabajos en momentos puntuales resulta para algunos estudiantes excesiva.
- La proporción de valor entre la evaluación final del módulo y los trabajos que se realizan en las diferentes asignaturas, no resulta coherente en tiempo y esfuerzo.

Tras la presentación de la Memoria Anual del Programa por parte de la Dirección de la Titulación y la deliberación de los representantes de los diversos grupos de interés, quedó aprobada la Memoria Anual del Máster Universitario en Marketing y Comunicación Corporativa correspondiente al curso académico 2011-2012.