

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL  **ESIC**

**INFORME ANUAL DE TITULACIÓN**  
**Máster Universitario en Marketing y Gestión**  
**Digital por la Universidad Miguel Hernández**  
**[MMGD]**  
**CURSO ACADÉMICO 2018-19 y 2019-20**

**CAMPUS ESIC VALENCIA**

Fecha de Aprobación: Julio 2020

## ÍNDICE

<b>1. OBJETIVO DEL INFORME .....</b>	<b>3</b>
<b>2. PLANIFICACIÓN .....</b>	<b>4</b>
2.1. JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO.....	4
2.2. INFORMACIÓN PREVIA A LA MATRÍCULA .....	4
2.3. PLAN DE ESTUDIOS .....	7
2.4. PROGRAMAS DE MOVILIDAD .....	8
2.5. ORIENTACIÓN PROFESIONAL DE LA TITULACIÓN .....	9
2.6. PRÁCTICAS PROFESIONALES.....	10
2.7. INSERCIÓN LABORAL DE LOS EGRESADOS .....	10
2.8. OTROS .....	16
<b>3. RECURSOS.....</b>	<b>17</b>
3.1. PROFESORADO .....	17
3.2. PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS (PAS).....	19
3.3. RECURSOS FÍSICOS .....	21
<b>4. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD.....</b>	<b>23</b>
4.1. EN LA INSTITUCIÓN .....	23
4.2. EN LA TITULACIÓN .....	25
4.3. RESULTADOS DE LA TITULACIÓN .....	28
4.4. GESTIÓN DE SUGERENCIAS Y RECLAMACIONES .....	39
4.5. GESTIÓN DE SATISFACCIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS .....	39
<b>5. GRADO DE IMPLANTACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA.....</b>	<b>¡ERROR! MARCADOR NO DEFINIDO.</b>
5.1. RESULTADOS DE AUDITORÍA INTERNA.....	¡Error! Marcador no definido.
<b>6. PROPUESTAS DE MEJORA PARA CURSO SIGUIENTE .....</b>	<b>47</b>
6.1. MEJORAS IMPLANTADAS DURANTE EL CURSO ACADÉMICO 2018-19.....	47
<b>7. CUADRO DE INDICADORES .....</b>	<b>50</b>

## 1. OBJETIVO DEL INFORME

El objetivo del presente informe es reflejar el seguimiento adecuado de la titulación, realizado por la Comisión Académica de Titulación, regida según se detalla en la [Política de Comisión de Titulación de ESIC \(Área Grado y Postgrado\)](#) en el Sistema de Calidad de ESIC.

Este informe, entre otros datos de interés, aporta la memoria de la titulación, y sus valoraciones y propuestas de mejora. Además, en él se puede encontrar toda la información relativa a la titulación y a los servicios no académicos que deben apoyar a los estudiantes que cursan la titulación. Este informe tiene un carácter anual.

En base a este documento, el director del área propondrá los objetivos académicos para la titulación en el siguiente curso académico, y sobre los cuáles la comisión de titulación hará seguimiento y velará por el cumplimiento de estos, implicando a la dirección académica y/o de servicios que aplique.

El responsable en ESIC de gestionar y comunicar este informe al director del área es el director de la comisión de titulación que corresponda.

Este informe es parte de las evidencias de la gestión académica llevada a cabo en el área académica, declarado en el Sistema de Calidad de ESIC, bajo el modelo de SGIC definido por la Acreditación AUDIT, otorgada por ANECA (Ver Criterios y Directrices para la Garantía de Calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior: <http://www.aneca.es/Programas/AUDIT/Fase-de-certificacion-de-la-implantacion-de-los-SGIC>)

## 2. PLANIFICACIÓN

### 2.1. JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

Los estudios orientados al título propuesto responden a una necesidad sentida por la sociedad y las empresas, y que se traduce en una creciente demanda de profesionales en las áreas de Marketing y gestión de empresas de la economía digital.

En la coyuntura actual, a pesar del esfuerzo que las organizaciones están haciendo para incorporarse a la economía digital, continúa habiendo una brecha entre necesidades de las empresas y los perfiles, especialmente en lo referente a especialización y formación, por lo que un Máster como éste puede ayudar a las compañías a incorporar talento digital a sus organizaciones

### 2.2. INFORMACIÓN PREVIA A LA MATRÍCULA

Los requisitos de acceso al título propuesto, según el Artículo 16 del [Real Decreto 1393/2007](#), de 29 de octubre, modificado por el [Real Decreto 861/2010](#), de 2 de julio, son:

- Para acceder a las enseñanzas oficiales de Máster será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior que faculte en el mismo para el acceso a enseñanzas de Máster.
- Así mismo, podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de Máster.

WEB: <https://www.esic.edu/master-y-postgrado/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd>

#### 2.2.1. REQUISITOS PREVIOS PARA EL ESTUDIANTE

El proceso de selección se iniciará por la comprobación de que reúnen los requisitos previstos por la legislación y normativa vigentes, continuando con una evaluación para comprobar si el candidato se adecúa al perfil de ingreso recomendado. El proceso de Admisión cuenta con distintas fases: Preinscripción, Admisión y Matrícula, que se detallan en los siguientes enlaces web:

WEB: <https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd#collapse-1102-3>

Además, el futuro alumno puede solicitar Becas que se detallan en el siguiente enlace web de la titulación bajo el apartado Requisitos y Matrículas, Becas

WEB: <https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd#becas1>

#### RAMAS DE PROCEDENCIA<sup>1</sup>:

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20
Publicidad y Relaciones Públicas	2	3	2	1
Periodismo	1	1	1	1
Comunicación audiovisual	2	2	1	0
ADE / Empresariales / Economía	6	12	4	6
Marketing	3	3	2	3
Otros	0	1	2	1

<sup>1</sup> La declaración de los alumnos por Ramas de Procedencia es una Mejora a partir del 2015-16.

Fuente: Admisiones de Postgrado ESIC

#### 2.2.2. PERFIL DE ENTRADA Y SALIDA

A continuación, se detallan los perfiles de entrada y salida de los alumnos del título Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital:

##### 2.2.2.1. PERFIL DE ENTRADA

El perfil de ingreso recomendado se declara en el siguiente enlace web:

WEB: <https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd#collapse-1102-3>

#### DISTRIBUCIÓN POR SEXO:

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	Variación
Alumnos de Nuevo Ingreso: Mujeres	9	15	9	8	-11%
Alumnos de Nuevo Ingreso: Hombres	5	7	3	4	33%

Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

#### DISTRIBUCIÓN POR PROCEDENCIA:

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	Variación
Alumnos de Nuevo Ingreso: Extranjeros	2	3	3	2	-33%
Alumnos de Nuevo Ingreso: Nacionales	12	19	9	10	11%
Alumnos de Nuevo Ingreso de fuera de la Comunidad Valenciana	2	2	3	2	-33%
Alumnos de Nuevo Ingreso de dentro de la Comunidad Valenciana	12	17	6	8	33%

Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

<sup>1</sup> La declaración de los alumnos de la Comunidad Valenciana es una Mejora a partir del 2015-16.

### 2.2.2.2. PERFIL DE SALIDA

A continuación, se anexa la tabla que se reporta a la UMH:

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	Variación
<b>1. TASA DE GRADUACIÓN POR MODALIDAD</b>					
TIEMPO COMPLETO	100%	96%	100%	92%	-8%
TIEMPO PARCIAL	0%	0%	0%	0%	----
<b>2. TASA DE GRADUACIÓN POR SEXO</b>					
HOMBRES	34%	28%	25%	33%	8%
MUJERES	66%	68%	75%	58%	-17%
<b>3. TASA DE GRADUACIÓN POR PROCEDENCIA</b>					
ESPAÑA	83%	82%	75%	75%	0%
RESTO	17%	14%	25%	17%	-8%
<b>4. TASA DE GRADUACIÓN POR EDAD</b>					
19 – 25	50%	59%	50%	67%	17%
26 – 29	33%	32%	33%	8%	-25%
30 – 39	17%	5%	17%	17%	0%
40 – 45	0%	0%	0%	0%	----

Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

### 2.2.3. DATOS DE MATRÍCULA

#### 2.2.3.1. PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS

El número de plazas ofertadas corresponde al número de plazas aprobadas por ANECA en la memoria del título, actualmente 35.

TASA DE COBERTURA:

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	Variación
Nº plazas de nuevo ingreso ofertadas	35	35	35	35	0%
Nº de matriculaciones de nuevo ingreso	14	22	12	12	0%
Tasa Cobertura: % Matriculados/Plazas ofertadas	40%	63%	34%	34%	0%

Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

### 2.2.3.2. NÚMERO DE ALUMNOS MATRICULADOS Y BAJAS

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	Variación
Total nuevos matriculados	14	22	12	12	0%
Bajas	0	0	0	1	-----
TOTAL Alumnos Finales	14	22	12	11	-8%

Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

### 2.2.3.3. RELACIÓN OFERTA/DEMANDA

Los estudios orientados al título propuesto responden a una necesidad sentida por la sociedad y las empresas, y que se traduce en una creciente demanda de profesionales en las áreas de Marketing y Gestión Digital en las empresas.

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	% Variación
Plazas Ofertadas <sup>1</sup> (A)	35	35	35	35	0%
Plazas Demandadas (B)	16	30	18	13	-28%
Ratio: Relación B/A	46%	86%	51%	37%	-14%

Fuente: Admisiones de Postgrado ESIC

## 2.3. PLAN DE ESTUDIOS

Las características del Plan de Estudios se detallan en el siguiente enlace web:

WEB: <https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd#plan1>

### MATRICULADOS POR ECTS:

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	Variación
Total de Alumnos matriculados	14	22	13	12	-8%
Total de Alumnos matriculados a Tiempo Completo (100% ECTS)	14	22	12	12	0%
Porcentaje de Alumnos matriculados a Tiempo Completo (100% ECTS)	100%	100%	92%	100%	8%

Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

### 2.3.1. COMPETENCIAS QUE CARACTERIZAN EL TÍTULO

Las competencias del Título están declaradas en el siguiente apartado web:

WEB: <https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd#competencias1>

Las competencias que aplican a cada una de las materias están reflejadas en la Memoria del título aprobada por ANECA:

WEB: [https://www.esic.edu/sites/default/files/2019-11/memoria\\_master\\_marketing\\_y\\_gestion\\_digital.pdf](https://www.esic.edu/sites/default/files/2019-11/memoria_master_marketing_y_gestion_digital.pdf)

### 2.3.2. NORMATIVA DE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

El reconocimiento de créditos aplicable a los alumnos del Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD) es el recogido en la [Normativa sobre Reconocimiento de Créditos/Asignaturas y Adaptaciones en Titulaciones de Masters Universitarios de la Universidad Miguel Hernández](#) vigente, al tratarse de un Máster Universitario de dicha Universidad y siendo ESIC centro adscrito a la misma.

Más información en la web de la Titulación bajo el apartado Información Académica, Reconocimiento de créditos:

<https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd#reconocimiento1>

### 2.3.3. GUÍAS DOCENTES

La Guía Docente, como instrumento oficial de comunicación entre profesores y alumnos, contiene información general de la asignatura y refleja las Competencias especificadas de cada una. Existe una única Guía por asignatura y titulación, independientemente del número de profesores que la imparten.

Para acceder a las Guías Docentes en la web debemos clicar en cada una de las asignaturas del Plan de estudios:

WEB: <https://www.esic.edu/buscador-guias-postgrado/>

## 2.4. PROGRAMAS DE MOVILIDAD

Los programas de movilidad tienen como objetivo el desarrollo de acciones encaminadas a la proyección internacional de la universidad, la movilidad, formación y el apoyo en idiomas a los estudiantes.

Durante los cursos 2018-2019 y 2019-2020 no ha habido ninguna Movilidad de alumnos de este Máster, ni en cursos anteriores. Dado que se trata de un programa de un año de duración, la movilidad de los alumnos es difícil, sin embargo, los alumnos disponen de los programas de movilidad de la Universidad Miguel Hernández (UMH) y, desde ESIC se está trabajando en el establecimiento de Convenios que faciliten la movilidad de los estudiantes.

WEB: <https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd#collapse-1104-4>

Ver también UMH: <https://internacional.umh.es/movilidad/>



## 2.5. ORIENTACIÓN PROFESIONAL DE LA TITULACIÓN

ESIC recoge las valoraciones sobre la satisfacción de alumnos de cada edición respecto a la orientación profesional del Máster en su Encuesta de Satisfacción de Final de Titulación.

La tasa de respuesta para el curso 2018-19 ha sido del 46%.

De dicha encuesta se presentan aquí los resultados de los ítems que se relacionan con la orientación profesional de la titulación:

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	Variación
Despertar inquietudes emprendedoras	5,2	7,31	4,67	Pendiente realización	-36%
Equilibrio teórico/aplicado de los contenidos del título	5	4,85	3,17		-35%
Formación en habilidades de Gestión Directiva	5,2	7,15	4,5		-37%
Actividades de orientación profesional y personal	5,4	6,31	4,17		-34%
Potenciar la carrera profesional/empleabilidad	5,8	8,00	5,17		-35%

Fuente: Unidad de Calidad y Acreditaciones de ESIC

### 2.5.1. RATIOS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL EN LA TITULACIÓN

En el área de Postgrado de ESIC, la empleabilidad, el desarrollo profesional y directivo de nuestros alumnos, es un objetivo estratégico en un doble sentido: uno, dotando a los alumnos de todos los conocimientos y herramientas necesarias para que sean más empleables y/o tengan un mejor desarrollo profesional, y otro, ayudándoles y apoyándoles, a través de los departamentos de Prácticas y Carreras Profesionales, para que realicen prácticas en empresas y/o para que encuentren su primer empleo o desarrollen su carrera profesional.

Nº de ECTS con 100% de Orientación Profesional en el MMGD:

	2016-17		2017-18		2018-19		2019-20	
	N	%	N	%	N	%	N	%
ECTS 100% Orientación Profesional	60	90	60	90	60	90	60	90
Total ECTS	66 <sup>(1)</sup>		66 <sup>(1)</sup>		66 <sup>(1)</sup>		66 <sup>(1)</sup>	

Fuente: Dirección del MMGD

<sup>1</sup> El título cuenta con dos asignaturas optativas, que cuenta cada una de ellas con 6 ECTS. De modo que el cómputo total de ECTS de Máster es 66, aunque un alumno realice los 60 ECTS correspondiente a un curso académico.

Las materias cuyos ECTS son 100% de Orientación profesional son:

- Dirección de Empresas
- Recursos Humanos y Relaciones Laborales
- Gestión del Conocimiento y de los RRHH
- Comportamiento de las Organizaciones

- Habilidades Directivas
- Recursos Humanos en el entorno digital
- Prácticas Externas
- Trabajo de Fin de Máster

## 2.6. PRÁCTICAS PROFESIONALES

El departamento de Prácticas Profesionales forma parte de la Unidad de Desarrollo Profesional de ESIC. Dicha unidad constituye uno de los enlaces naturales de la Escuela con la realidad empresarial. Además, para la presente titulación las prácticas constituyen una actividad formativa que permite al alumno la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos y la adquisición de las competencias indicadas para dicha asignatura en la Memoria del Título. Estas prácticas están, además, orientadas a facilitar la salida al mercado laboral del estudiante. Algunas de las empresas con las que ESIC mantiene convenios de cooperación educativa para el presente Máster pueden verse en el siguiente enlace web:

WEB: [https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd#prac\\_ext1](https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd#prac_ext1)

### DATOS REFERENTES A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES DEL MMGD

	2017-18	2018-19	% Variación
Duración media de las prácticas (horas) <sup>1</sup>	488	564	15,57
Valoración académica prácticas	8	8,3	3,75
Valoración adecuación formación	9	9,6	6,67
Calificación media	8,4	8,9	5,95
Nº estudiantes matriculados	14	22	57,14
Nº estudiantes aprobados	14	22	57,14
Nº de plazas asignadas <sup>2</sup>	17	28	64,71
Tasa de superación	100%	100%	0,00

Fuente: Departamento de Prácticas de ESIC

<sup>1</sup> La duración mínima de las Prácticas en el último curso académico horas se ha reducido a 225, debido a la modificación en la Memoria del Título. Todos los alumnos del Título han superado dicho mínimo de horas. Esta media de horas incluye las curriculares/académicas (225) más las extracurriculares.

<sup>2</sup> Este dato se incorpora a partir del 2015-16.

## 2.7. INSERCIÓN LABORAL DE LOS EGRESADOS

El análisis de la Inserción Laboral de los egresados se realiza en distintas vías. Por un lado, a través del Departamento de Carreras Profesionales, desde donde se hace un seguimiento continuado de ofertas y demandas de puestos de trabajo de egresados de la titulación.

Además, el Departamento de Carreras Profesionales realiza un seguimiento de los nombramientos que se van produciendo por los egresados de las titulaciones de ESIC.

La Comisión de Titulación realiza análisis de todos los resultados de Inserción Laboral.

- La información pública sobre el DEPARTAMENTO DE CARRERAS PROFESIONALES se encuentra en: <http://www.esic.edu/empleabilidad/>

Podemos ver sus actividades más significativas para el Título en el siguiente enlace web:

WEB: [https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd#carreras1\\_val](https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd#carreras1_val)

Los nombramientos alcanzados se publican en la [Revista Alumni](#) de ESIC. Las publicaciones se pueden consultar en la web <https://www.esic.edu/alumni/revistas>

### 2.7.1. RATIOS DE INSERCIÓN POR ACTIVIDADES PROFESIONALES

La Unidad de Desarrollo Profesional elabora un informe anual cuyo objetivo es analizar la repercusión de la formación recibida por los egresados en su desarrollo profesional.

En los siguientes enlaces se puede obtener el informe de los dos últimos cursos: [EGRESADOS 2017](#) y [EGRESADOS 2018](#)

El objetivo de este informe es analizar la repercusión de la formación recibida por los egresados/as de grado y postgrado en su desarrollo profesional. Para ello se establece la forma y contenidos a analizar con periodicidad definida según marca la Política de Inserción Laboral.

Los Departamentos que apoyan a la Dirección Académica en el desarrollo de la Política de Inserción Laboral son los Departamento de Carreras Profesionales y Antiguos Alumnos.

Los informes que se generan de la Política de Inserción Laboral serán difundidos en los diferentes canales existentes en ESIC a todos los grupos de interés (alumnos, profesores, personal de gestión, sociedad, entre otros).

En un primer momento se intenta responder a varios interrogantes planteados de cara a valorar el parámetro “inserción laboral” como indicador de calidad de las enseñanzas ofertadas por ESIC (ANECA, 2008):

1. ¿Qué competencias se solicitan de los egresados/as en la Empresa para su integración en la sociedad del conocimiento?
2. ¿En qué medida su formación de grado y/o postgrado ha sido adecuada para su empleabilidad?
3. ¿Cuál es el nivel o grado de adecuación entre las expectativas generadas por los egresados/as con las características de su actual puesto de trabajo?

Debido a la baja tasa de respuesta a las encuestas realizadas bajo La Política de Inserción Laboral, en el año 2018 a nivel de titulación, y como complemento a la información se toma como fuente de información los CV en LinkedIn y así obtener un análisis de empleabilidad de los egresados/as de la titulación, y que engloba:

1. Localización del empleo
2. Empleabilidad (Activo/a, Desempleado/a, Continuando los estudios)
3. Disciplinas que realizan en el empleo
4. Aptitude

#### SUPERVISIÓN Y APROBACIÓN DEL INFORME

El informe será revisado y aprobado por la Dirección del Área Académica previa revisión y valoración por parte de la Comisión de Titulación vigente.

#### PUBLICACIÓN

Una vez el informe ha sido aprobado por la Dirección del Área, será publicado en la web corporativa de ESIC en un formato ejecutivo salvando protección de datos bajo LOPD, para su visualización por todos los grupos de interés.

#### RENDICIÓN DE CUENTAS

El Dpto. de Comunicación de ESIC comunicará a través de los diferentes canales de los que se dispone en su momento, la publicación de dicho informe para que sea conocido por todos los interesados. El Dpto. de Marketing hará difusión de los resultados a través de los diferentes canales de comunicación a los grupos de interés en general.

#### PERIODOS DE DESARROLLO, PUBLICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

EL Informe se desarrollará en el primer trimestre del curso académico e irá incluyendo anualmente la información de la empleabilidad de los egresados/as en diferentes años académicos. Será revisado y aprobado por el la Dirección de Área y analizado por la Comisión de Titulación vigente como parte del análisis de la inserción laboral, antes de la finalización del primer trimestre del curso académico posterior al periodo evaluado.

Se publicará y rendirá cuentas tras la aprobación del informe.

#### FICHA TÉCNICA

Objetivo: establecer los indicadores de inserción laboral de ESIC para la titulación Master Universitario en Dirección de Marketing y Gestión Digital impartida en Campus ESIC Valencia.

Fuente información:

Linkedin:: Existe un alto grado de actualización en general de los CV de egresados/as analizados a través de Linkedin. Es por ello que se plantea como una herramienta de acceso a conocer la empleabilidad de los/las mismos/as.

Linkedin permite un acceso a un alto grado de egresados/as por promoción, asumiendo que existe un grado muy elevado de actualización de la información de los CV por parte de los mismos.

Telefónica: Se ha contactado con los egresados que no dispongan de perfil en la red social o no muestren actividad reciente en dicha red.

Universo de estudio: egresados/as de ESIC en el curso académicos 2017-2018

Egresados/as del 2017-2018: Total 21

Muestra: los egresados/as de este curso 2017-2018 en LinkedIn han sido:

- Egresados/as del 2017-2018: 18 un 86 % del total de egresados/as de esta promoción
- Realización del trabajo de campo: octubre 2019.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos.

#### PERFIL DEL EGRESADO 2017-2018

De un total de 21 egresados/as que se graduaron en la finalización del curso 2017/18, hay una muestra de 18 egresados/as de ellos en LinkedIn lo que supone un 86%. De estos 18 egresados/as declaran estar trabajando 15 (83%). De ellos en España en un 93% y fuera de España en un 7%.

Existe la siguiente distribución de sus puestos desempeñados:

- Marketing: 100%
- Dirección: 0%
- Ventas: 0%


Existe la siguiente distribución sectorial de las empresas donde trabajan:

- Industria: 60%
- Servicios: 33%
- Agricultura: 0%
- E-sports: 0%
- Educativo: 7%

# INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

## Marketing y Gestión Digital [MMGD]

### CURSO ACADÉMICO 2018-19 y 2019-20

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

A continuación, se muestran las aptitudes que declaran los 15 egresados/as analizados. Estas aptitudes presentan validación por parte de otros profesionales dentro del entorno de LinkedIn:

Marketing Digital 54%
estrategia 38%
office 38%
Social Media 38%
ingles 15%
Photoshop 15%
relaciones publicas 15%
e-commerce 8%
Illustrator 8%
liderazgo 8%
negociacion 8%
trabajo en equipo 8%
CRM 8%
Social Media 38%

A continuación, se listan los puestos que desempeñan los 13 egresados/as:

Puesto Empresa
User Acquisition Manager Grupo Planeta
Head of Branded Content and Customer Happiness Closca
Community Manager Flamingueo
Marketing Melt Group

CMO Kmina
Marketing y Gestión Digital Vicky Foods
Marketing y comunicación Fran Silvestre Arquitectos
E-commerce Grupo October
Brand Leader Famosa
Content Manager Hasbro
Marketing y Gestión Digital WAM
Marketing Digital y Creativo Coderalia
Affiliate & Account Manager en DataWork Groupe CARDATA
Marketing Assistant Igenomix
Inbound marketing & SEO Bloo Media

Del análisis de los puestos actuales de egresados/as de la titulación en estudio en el curso 2017-2018 se concluye que de los 21 egresados/as en LinkedIn:

- 17% no declaran ningún puesto laboral actual en LinkedIn.
- 83% están trabajando actualmente
- El 100% están trabajando en actividades vinculadas al Marketing, publicidad y comunicación

Asimismo, el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte publica anualmente el [Informe Anual "Datos y Cifras del Sistema Universitario Español"](#), en dicho informe se aporta información censal de la inserción laboral de los estudiantes egresados. En él se muestra la perspectiva de la afiliación a la Seguridad Social de los egresados y se analizan variables como el tipo de contrato, porcentaje de autónomos, tipo de jornada, grupos de cotización y otros aspectos.

## 2.8. OTROS

### 2.8.1. ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Se entrega a los Nuevos Alumnos el Manual de Bienvenida en el Acto de Inauguración, donde se declaran los Servicios que ESIC les ofrece.

Además, la Dirección del Título lleva a cabo la Acogida de los nuevos alumnos, tal como se detalla en el siguiente enlace web:

WEB: <https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd#acogida1>

Como se declara en el citado Manual de Bienvenida, el personal con el que se relacionan los alumnos más directamente y que está constantemente atendiendo sus necesidades, ya sean Administrativas o Académicas, son: Secretaría de Postgrado y la Dirección del programa. Además, todas las demás Áreas están a disposición del alumno: Internacional, Calidad, etc.

Parte de la Normativa Académica, la Disciplina Académica y la Normativa Económica para los Masters en la Escuela se publica en la Guía Académica de Postgrado.

WEB: [https://www.esic.edu/pdf/guia\\_academica\\_postgrado.pdf](https://www.esic.edu/pdf/guia_academica_postgrado.pdf)

Además, se llevan a cabo distintas acciones de apoyo a personas con DIVERSIDAD: ESIC apuesta por ser un centro formativo inclusivo, propiciando una sociedad con igualdad de oportunidades y la no discriminación de las personas. ESIC pretende ser "espejo" para el mercado laboral, ofreciendo formación e inclusión sociolaboral a las personas que hayan sufrido alguna discriminación en el empleo o con diversidad funcional.

WEB: <https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd#atdiv1>

La Unidad Técnica de Diversidad desarrolla distintas acciones de concienciación al Personal Docente y No Docente, como, por ejemplo: Lenguaje, acercamiento a la inclusión, así como otorga las Becas Diversidad.

WEB: <http://www.esic.edu/institucion/diversidad/>

### 2.8.2. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

ESIC, como respuesta a las necesidades de una empresa en un entorno cambiante, organiza actividades complementarias a la formación de sus alumnos, que les permiten estar en contacto directo con la problemática empresarial actual, así como recibir las experiencias de primera mano de los directivos y profesionales de empresas con los que comparten estas actividades.

Estas actividades las podemos resumir en dos grupos principales:

#### 1.- Actualización e intercambio de experiencias con profesionales.

- Seminarios Profesionales
- Desayunos de Trabajo
- Conferencias de Actualidad
- Jornadas Profesionales
- Encuentro de Profesionales de Marketing: "Hoy es Marketing".
- Participación en Concursos y Premios de Investigación.
- Simuladores de Decisiones Empresariales.

#### 2.- Relacionadas con la Empresa y el Empleo.

- Encuentro Profesional de empleo, MEET Valencia con la presencia de importantes empresas.
- Jornadas de Formación para el empleo, con la realización de varios encuentros con head hunters.



### 3. RECURSOS

#### 3.1. PROFESORADO

El Claustro de Profesores para el título puede visualizarse actualizado en el siguiente enlace web:

WEB: <https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd#profesorado1>

##### 3.1.1. CATEGORÍA ACADÉMICA DEL PROFESORADO

Los datos pertenecientes al profesorado en el Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD) son:

	2017-18	2018-19	Variación
Total profesores de la titulación	32	33	3,13
No Doctores	19	20	5,26
Doctores	13	13	0,00
Doctores Acreditados	8	8	0,00
Porcentaje Doctores	40,62%	39,39%	-1,23
Porcentaje Doctores Acreditados <sup>1</sup>	62%	62%	0,00

Fuente: Departamento de Investigación

<sup>1</sup> Porcentaje de Doctores calculados sobre el Total de Profesores.

<sup>2</sup> Porcentaje de Doctores Acreditados calculados sobre el Total de Doctores.

##### 3.1.2. ACTIVIDAD INVESTIGADORA Y CALIDAD DEL PROFESORADO

Los datos de Actividad Investigadora pueden consultarse en mayor detalle en las Memorias de Investigación:

WEB: [https://www.esic.edu/investigacion\\_esic.php?para=faculty](https://www.esic.edu/investigacion_esic.php?para=faculty)

Se realizan distintas actividades en ESIC para formación del Profesorado:

##### JORNADAS DEPARTAMENTALES/CURSOS DE VERANO:

- Departamento de Comunicación y Publicidad.
- Departamento de Dirección de Marketing / IMAT
- Departamento de Dirección de Empresas
- Departamento de Informática y Nuevas Tecnologías
- Departamento de Investigación de Mercados y Métodos Cuantitativos
- Departamento de Investigación

Además de estas jornadas, se ofrecen otras formaciones: formación de formadores, uso de herramientas informáticas como el aula virtual Moodle, etc.

##### RELACIÓN DIRECCIÓN DEL ÁREA-PROFESORADO:

Se han llevado a cabo acciones para la mejora en la coordinación académica intercampus e intracampus, apoyo para la mejora de la cualificación académica y aumento de la asistencia a los claustros.

##### APRENDIZAJE DEL IDIOMA INGLÉS:

Se han establecido, en función de los niveles de responsabilidad, diferentes fórmulas operativas para la formación en inglés del Profesorado y en base a las propuestas planteadas por los responsables de cada Unidad. Se propone el desarrollo de un plan para aquellos profesores que imparten asignaturas en inglés y quieran mejorar su nivel de cualificación.

#### APOYO A LA INVESTIGACIÓN:

Se está trabajando para el incremento de la investigación: que las Direcciones de cada programa propongan la realización de estudios, casos, documentación de apoyo, publicaciones, etc.

- **Apoyo al Doctorado/Acreditación:** Se trabaja para organizar acciones sistemáticas de apoyo a la consecución de Doctorados y Acreditaciones docentes, que se prevé culminará el próximo curso en un Plan de Acreditación.

#### DOCENTIA:

En el año 2013 ANECA aprueba el diseño del modelo de evaluación docente para ESIC. Se procede a su implantación y desarrollo durante los años 2014, 2015 y 2016, recibándose dos evaluaciones de las tres realizadas por un Panel de ANECA.

Posteriormente se analizan las principales dificultades en la implementación de Docentia, durante estos años, que han sido

- Ponderación mayoritaria de alumnado, 55%, sobre el resto de los evaluadores en la evaluación de actividad docente. Esto ha implicado que perturbe los objetivos de la docencia entre profesorado, teniendo una prioridad que es obtener valoraciones altas de satisfacción de alumnado frente, en algunos casos, la rigurosidad para que alcancen objetivos de aprendizaje.
- Tratamiento de datos elevado de toda la información que ha sido necesario recolectar vía papel y diversidad de fuentes de información para agrupar en un solo fichero por profesor. Además, todas las evaluaciones por ficheros diferenciado. En definitiva, un proceso manual que requiere un alto número de horas de dedicación tanto durante el proceso como para la imposibilidad de hacer seguimiento de los resultados.

Por todo ello se concluye:

1. La necesidad de que se implemente lo antes posible un proceso de evaluación docente (de actividad docente) (separado de la investigación), debido a la necesidad de tener este proceso para mejorar la actividad docente, para cumplir con requisitos de títulos oficiales, con certificación Audit, y por la criticidad en el Proyecto Universidad en su conjunto.
2. La puesta en marcha en 2019/2020, deberá basarse en datos del curso 2018/2019 con los formatos de cuestionarios ya desarrollados.
3. Elaboración de un Modelo de Evaluación de Actividad Docente propio para ESIC, que mire las bondades de Docentia de ESIC y que modifique/mejore las dificultades.
4. Evaluar con Innovación Digital de los soportes que habrá para la puesta en marcha de un Modelo (cuando esté rediseñado).

#### 3.1.3. PROGRAMAS DE MOVILIDAD DEL PROFESORADO

En el curso académico 2017-18 un total de 7 profesores ESIC se beneficiaron de acuerdos de Docencia con universidades extranjeras. Ningún profesor participó de un acuerdo de Formación en esta edición.

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	% Variación
Profesores con acuerdos Docencia	5	7	8	6	-25.0%
Profesores con acuerdos Formación	0	0	0	0	0,0%

Fuente: Oficina Internacional de ESIC

La Comisión de asignación de plazas sigue los siguientes criterios: nivel de idioma –el idioma de impartición es inglés preferiblemente, categoría académica Doctor, vinculación a ESIC full-time, no haber disfrutado de Movilidad el curso anterior.

#### PROGRAMAS DE MOVILIDAD DEL PROFESORADO MMGD

A continuación, los datos específicos para el Máster:

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	% Variación
Profesores con acuerdos Docencia	1	2	1	1	0,0%
Profesores con acuerdos Formación	0	0	0	0	-----

Fuente: Oficina Internacional de ESIC

### 3.2. PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS (PAS)

El Personal de Administración y Servicios de ESIC Business & Marketing School, normalmente no tiene funciones de apoyo ceñidas a la docencia de una titulación específica, sino que da apoyo a todas la titulaciones y másteres.

El total de la plantilla asciende a 66 personas. No están incluidos los puestos de gestión académica (Comité Ejecutivo del Área de Postgrado y Directores de Titulación) pues todos son personal docente e investigador y ya se encuentran ubicados en el apartado anterior.

Teniendo en cuenta los diferentes departamentos y la categoría laboral, el Personal de Administración y Servicios se estructura según se indica a continuación:

Servicio/Departamento	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19
Total PAS, ESIC Campus Valencia, todas Áreas	20	35	37	40
Académico, Área de Postgrado	2	2	3	4
Admisiones, Área de Postgrado	1	1	1	3

Secretaría / Programación, Área de Postgrado	1	1	1	1
Oficina Internacional	1	1	1	1
Departamento de Marketing	1	1	2	3
Departamento de Comunicación	2	3	2	3
Departamento de Antiguos Alumnos	1	1	1	1
Departamento Carreras Profesionales	1	2	2	3
Departamento de Prácticas	1	1	1	1
Departamento de Administración	1	1	1	1
Reprografía y Biblioteca	2	1	1	1
Centralita	2	2	2	2
Mantenimiento	2	2	2	2

Fuente: Secretaría General de ESIC

### 3.2.1. PROGRAMAS DE MOVILIDAD DEL PAS

En los cursos académicos del presente informe ningún miembro del PAS se benefició de acuerdos de Formación con universidades extranjeras.

### 3.3. RECURSOS FÍSICOS

El Máster en Marketing y Gestión Digital se imparte en el Campus de ESIC Valencia, adscrito a la Universidad Miguel Hernández de Elche. Dicho Campus está dividido en dos Áreas fundamentales: Grado y Postgrado, además de contar con otras áreas no académicas como ESIC Idiomas y Editorial. El Área de Postgrado se encuentra localizada en el segundo y tercer piso del edificio, e incorpora la última tecnología disponible.

El **Área de Postgrado** cuenta con los siguientes recursos:

- 14 Aulas de formación, todas dotadas con ordenador, conexión a Internet, pantalla retráctil, atril, cañón de proyección, pizarra, sonido, entre otros medios audiovisuales.
- 2 Aulas de trabajo, para favorecer el trabajo en equipo y las reuniones de los alumnos de Máster. Cuentan con mesa, sillas y conexión a Internet.
- 3 Aulas de informática, con más de 100 ordenadores completamente equipados tanto de hardware como de software (Microsoft/Office, programas específicos de diseño gráfico, estadístico y profesional, por ejemplo: “Adobe Creative” con aplicaciones al diseño digital y multimedia), con conexión a Internet. Dichas aulas se usan tanto para la docencia como para el uso libre de los alumnos.
- 1 Aula Magna/Salón de Conferencias, con capacidad para 60 personas, que cuenta con medios audiovisuales.
- 1 Salón de Actos, con capacidad para 200 personas, que cuenta con medios audiovisuales.
- 1 Sala de Profesores, con mesa, sillas, ordenador e impresora y taquillas individuales.
- 1 Sala de videoconferencias equipada con medios audiovisuales y cámara.

La Biblioteca del campus de ESIC – Valencia cuenta con un fondo de más de 10.000 volúmenes en libros, y cerca de 1.300 volúmenes en TFG y TFM, los cuales están disponibles para préstamos o consultas en sala para todos los alumnos de ESIC. La Biblioteca cuenta también con un sistema de gestión de préstamos de fondos digitales y de hemeroteca digital accesible a los alumnos de ESIC.

Así mismo, cuenta con una sala de estudio con 136 puestos, con la posibilidad de solicitar aulas para trabajos en grupos gestionadas por Secretaría.

Además de las anteriores Instalaciones, los alumnos cuentan con los siguientes **Servicios**:

- Departamento de Prácticas en Empresa y Carreras Profesionales (Unidad de Desarrollo Profesional)
- Departamento de ESIC Alumni [Antiguos Alumnos].
- Departamento de Investigación.
- Departamento de ESIC Emprendedores.
- Oficina Relaciones Internacionales.
- Aula Multimedia.
- Editorial y Venta de Libros.
- ESIC Idiomas.
- Departamento de Tecnologías de la Información y la Comunicación [TIC]
- Cafetería y Autoservicio-comedor

Se dispone de una **red inalámbrica Wifi** en toda la Escuela de acceso libre, a disposición de la comunidad universitaria: alumnos, PAS y PDI.

Tanto las Instalaciones, como los Servicios a disposición del alumno, se explican en el **Manual de Bienvenida**, que se entrega al inicio del Máster en formato papel.

Los alumnos del Máster en Marketing y Gestión Digital tienen asignada para su docencia el [Aula 28](#). También usan para docencia las Aulas de informática del área, siempre que la materia lo requiera o las otras instalaciones, esporádicamente.

### 3.3.1. MEJORAS REALIZADAS EN LAS INSTALACIONES

En el Campus de ESIC Valencia se han realizado las siguientes mejoras en el último curso académico.

- Nuevo mobiliario e instalación de Aire Acondicionado con sistema independiente en aulas de postgrado.
- Mejora de la red informática de internet en las aulas de postgrado
- Instalación de pantallas de televisión planas en el Hall principal y en la Avda. Blasco Ibáñez
- Pintado de despachos y aulas del Campus, así como el pulido del suelo de pasillos y despachos.

## 4. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD

ESIC Business & Marketing School pone a disposición de sus grupos de interés los Resultados de su Sistema de Calidad. Dichos resultados se ofrecen en formato Institucional y de Titulación.

Los resultados se agrupan en un INFORME ANUAL con alcance Institucional, de Área o de Titulación. El Informe analiza el grado de desarrollo y cumplimiento de los **Objetivos**, además de las mejoras llevadas a cabo y las propuestas para el siguiente curso académico. En dicho Informe se incorporan como Anexo, las Actas de las reuniones realizadas por las Comisiones o grupos de interés involucrados en el alcance.

WEB: <https://www.esic.edu/calidad/resultados>

Tras la renovación de AUDIT en noviembre 2019, se ha ido consolidando la reestructuración de la unidad de calidad, ya organizada previamente, y se han introducido las mejoras en el SGIC que han sido sugeridas por el panel de renovación de AUDIT en 2018.

### 4.1. EN LA INSTITUCIÓN

#### 4.1.1. ÓRGANOS DE GESTIÓN (CUADRO DE COMITÉS EJECUTIVO, ACADÉMICO, ÉTICO, DE EVALUACIÓN)

	Formado por
<b>Comité ejecutivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Decano</li> <li>- Dirección Académica</li> <li>- Dirección de Calidad Académica</li> <li>- Dirección de Innovación</li> <li>- Dirección Executive Education</li> <li>- Dirección General de ICEMD</li> <li>- Dirección Internacional</li> <li>- Dirección GESCO</li> <li>- Dirección Desarrollo Negocio</li> </ul>
<b>Comité académico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Decano</li> <li>- Dirección Académica</li> <li>- Dirección de Calidad Académica</li> <li>- Dirección de Innovación</li> <li>- Directores de programa</li> <li>- Coordinadores Académicos</li> </ul>
<b>Comité ético académico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dirección Cal Académica</li> <li>- Dirección de programa + D</li> <li>- Dirección de Programa (rotativo)</li> </ul>
<b>Comité de programa y Comisión de Titulación de títulos propios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dirección Cal Académica</li> <li>- Director de Programa</li> <li>- Coordinadores de Programa</li> <li>- Dirección de Innovación</li> <li>- Profesores</li> <li>- Alumnos delegados</li> <li>- UDP</li> </ul>
<b>Comité de evaluación de postgrado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Decano</li> <li>- Dirección Académica de Calidad</li> <li>- Dirección Académico</li> <li>- Director de Programa</li> </ul>

#### 4.1.2. PROCEDIMIENTOS / MAPA DE PROCESOS

ESIC cuenta con la totalidad de los procedimientos implantados y validados en su diseño por AUDIT. A continuación, se muestra el Mapa de Procesos del Sistema de Calidad de ESIC según las Directrices AUDIT para las áreas de alcance de AUDIT: Grado y Postgrado.

WEB: <http://www.esic.edu/calidad/mapa-de-procesos-audit.php>

Todo el Sistema de Garantía de Calidad refleja como filosofía de trabajo la Mejora Continua. Ya en el 2006 se lanzó un Proyecto de Mejora Continua, que tenía por objetivo articular en ESIC los procesos y recursos suficientes para implantar una Política de Calidad hacia la Excelencia.

El Proyecto de Mejora, enmarcado en un Sistema de Garantía de Calidad de ESIC (SGC-ESIC), tiene como propósito articular los objetivos de Calidad. En este sistema se establece cómo ESIC utiliza sus órganos, reglamentos, criterios, procesos, etc. para mejorar la calidad de sus títulos, la selección y promoción de su profesorado, la planificación y el desarrollo o los resultados del aprendizaje y también cómo implicar a diferentes grupos de interés en el diseño, desarrollo, evaluación y difusión de sus actividades formativas.

Se pueden ver los resultados del Sistema de Calidad de ESIC en Informe de Revisión del Sistema de Calidad anual, que se encuentra publicado en el siguiente enlace:

WEB: <https://www.esic.edu/sites/default/files/institucion/pdf/informe-de-revision-del-sistema-de-calidad-de-esic-area-postgrado113.pdf>

Todos los procesos están validados en su diseño por AUDIT y los resultados son muy satisfactorios.

#### 4.1.3. POLÍTICAS

Con la publicación de la Política de Calidad de ESIC se persigue la consecución de objetivos de mejora relacionados con alumnos, titulaciones, relaciones con otras organizaciones, cumplimiento de requisitos y asegurar unos niveles de Calidad. La aprobación de esta Política de Calidad de ESIC hace de guía para los diferentes grupos de interés y colaboradores de la Escuela, y que así sepan qué camino seguir para todo lo relacionado con esta misma.

	2015-16		2016-17		2017-18 <sup>1</sup>		2018-19	
	Nueva Edición	Nuevo Documento	Nueva Edición	Nuevo Documento	Nueva Edición	Nuevo Documento	Nueva Edición	Nuevo Documento
Nuevos Procedimientos	1	0	2	0			4	0
Nuevas Políticas	2	0	2	3			2	0
Nuevos Manuales	1	0	0	0	1	0	1	0

Fuente: Unidad de Calidad y Acreditaciones

<sup>1</sup> Durante el 2017-18, se realizó una revisión de la totalidad de procedimientos y políticas de la Escuela.

#### PROYECTO DE MEJORA DEL SISTEMA DE GESTIÓN:

ESIC propone en su Plan Estratégico “Compromiso 2020”, en materia de Calidad en Gestión y Formación, las siguientes propuestas que fueron aprobadas, entre otras:

- Revisión del Sistema documental de Calidad de las áreas de Grado y Postgrado, así como de Procedimientos Institucionales con el objetivo de simplificar y ser más eficientes salvaguardando los requisitos a cumplir por legislación y/o acreditaciones/certificaciones que lo requieran.
- Creación del Sistema documental de Calidad en el área ICEMD, bajo el Sistema único de Calidad.

Para acometer la consecución de las anteriores propuestas, se propone un Proyecto de Mejora del Sistema de Gestión, que consiste en la renovación de los procedimientos y políticas, según áreas, que se conforman en comisiones de trabajo:



- Comisión de Trabajo Grado.
- Comisión de Trabajo Postgrado.
- Comisión de Trabajo ICEMD.
- Comisión de Trabajo Institucional: Secretaría General.
- Comisión de Trabajo Institucional: Desarrollo de Negocio.
- Comisión de Trabajo Institucional: Customer Experience.

Las fases de la renovación de procedimientos y políticas son:

- 1.- Revisión de procedimiento vigente o elaboración de nuevo procedimiento por parte del responsable de este, con el apoyo de la Unidad de Calidad y Acreditaciones, que realiza la función de revisión de estos.
- 2.- Presentación de nuevas ediciones o nuevos procedimientos ante la Comisión de trabajo correspondiente, que aporta sugerencias de mejora a los mismos.
- 3.- Presentación de nuevas ediciones o nuevos procedimientos ante los grupos de interés (alumnado, PAS, PDI, antiguos alumnos, etc.), que aportan sugerencias de mejora a los mismos.
- 3.- Reelaboración de estos, según las anteriores sugerencias, y nueva presentación ante la Comisión de trabajo correspondiente.
- 4.- Aprobación y firma de estos por parte de quien corresponda.

## 4.2. EN LA TITULACIÓN

### 4.2.1. COMISIÓN DE LA TITULACIÓN

La Comisión Académica de Titulación de Posgrado es el órgano responsable de la Garantía de Calidad de la Titulación. Puede verse más información en el siguiente enlace:

WEB: [https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd#comision\\_tit1](https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd#comision_tit1)

A continuación, se describen las **ACTAS** de las Reuniones realizadas por la Comisión:

#### ACTA 1:

Se presentan todos los grupos de interés.

ESIC está sometido a un estricto proceso de calidad y auditoría, fruto del cual se realizan las distintas Comisiones de Titulación y reuniones con los grupos de interés.

También se informa de que una de las funciones de la Comisión de Titulación es revisar el informe de Titulación, parte fundamental de los indicadores de calidad del máster. El Informe de Titulación estará publicado en la página web a finales de este mes.

Se hace una comparativa de los datos respecto a los del año pasado.

Se informa a la Comisión del descenso de alumnos y se explica que parte del alumnado ha volcado al MMD.

Se leen las tasas de los indicadores principales del máster, así como los ratios del profesorado.

Temas a tener en cuenta:

- Toda la información del máster está subida en moodle, que es la herramienta de información con los alumnos, así como en la web. (Guías académicas, docentes, normas de citación etc..)

-Rodrigo, el delegado, destaca que sería un buen refuerzo el hacer una sesión de citación y turn it i n.

Se pregunta al alumnado por qué escogió ESIC para realizar su máster: Los alumnos responden por los profesores y la calidad. También por la ayuda que presta ESIC con su departamento de prácticas, ya que tienen poca experiencia profesional.

Se explica al alumnado la importancia de la asistencia. No se puede faltar más del 20% de un módulo.

Se recalca la importancia de la valoración de los profesores a través de las encuestas, dato fundamental para la Dirección del Programa. Se anima a los delegados a que recuerden periódicamente a sus compañeros la importancia de este tema.

Se informa de las actividades de networking que se van a realizar, así como Comidas con empresarios y la creación de un club de debate.

#### PROPUESTAS DE MEJORA

La satisfacción de la clase es muy buena, aunque hay un descontento sobre las remuneraciones de las prácticas.

El Director de la UDP entrará en la clase para ampliar la información sobre el tema de las prácticas.

La reunión finaliza a las 18.45h estando todo el mundo conforme.

#### ACTA 2:

---

Se revisa el acta anterior y se recuerda que el Informe de Titulación está publicado en la web.

En la anterior Comisión de Titulación, se habló de la importancia de hacer un refuerzo en las normas de citación y se recuerda que se pusieron tres clases a disposición de los alumnos para ello. Se recuerda que los alumnos pueden apoyarse en sus tutores si tienen dudas.

Respecto a las prácticas, principal preocupación en la reunión anterior, todos están haciendo prácticas y se ha solucionado el tema de las remuneraciones y aquello que les preocupaba. Dos alumnos hablaron con la tutora de prácticas (presente en esta reunión), y los problemas que tenían ya los solucionaron también. Los alumnos se apoyan en los tutores de prácticas y tienen contacto con ellos.

Se recuerda la importancia de la asistencia. Es correcta y nadie destaca por las ausencias.

Sí destaca la no representatividad de las encuestas aunque los profesores están sacando notas excelentes. Los alumnos recomiendan modificar algunas preguntas de las encuestas.

En general, los alumnos están contentos con los profesores y contenidos. Algunos compañeros piden más práctica aplicable a la teoría. No solo casos prácticos, si no también hacerlo ellos. Por ejemplo, no se han utilizado simuladores. En el caso de Email marketing, no hubo tiempo para hacer una buena práctica. Los alumnos recomiendan trabajar primero wordpress para luego ver marketing de afiliación. También reducirían clases del principio y meterse antes en la parte digital.

Desde ESIC se les recuerda a los alumnos que se han puesto también a disposición del alumnado casos prácticos e iniciativas fuera de clase como el case Hackaton, donde facilitamos el networking entre los alumnos de ESIC y se ponen en práctica las estrategias que ven en el aula, y su participación fue escasa. TFM: en líneas generales, los alumnos están contentos pero los TFM van atrasados. Como propuestas de mejora, solo sugerirían ampliar la parte práctica. Se levanta la sesión a las 18.30h

### ACTA 3:

---

Roger (Profesora MMGD) y María Guijarro (Directora Comisión).

Se lee el acta anterior y se revisan los puntos clave.

Respecto a las prácticas: todos han hecho o están haciendo prácticas. Ha resultado muy positivo para los alumnos e incluso algunos de ellos han prolongado.

Asistencia: Los últimos meses ha habido una bajada general de asistencia, más acusada en el módulo 7. Los delegados piensan que no llegan a todo para hacerlo correctamente, y por eso algunos deciden no ir a clase a veces. Desde la Dirección, se dice a los alumnos que el máster está pensado para poder llevar a cabo prácticas, clase y TFM a la vez.

Encuestas: Los alumnos directamente no contestan a las encuestas. Se ha hecho un llamamiento en varias ocasiones para que respondan a las mismas, pero hay una dejadez absoluta en este tema.

Respecto a las iniciativas de networking, los alumnos van a las charlas promovidas por la Escuela y las consideran positivas.

Las notas del curso son buenas, aunque la falta de asistencia a clase se ha notado en las notas de este último módulo, sobre todo en la participación activa y en la defensa del caso práctico.

Los delegados señalan que hay diferencias entre los tutores de TFM, y que algunos no están tan contentos y entusiasmados con sus tutores como otros.

Aspectos de mejora:

- Se sugiere por parte del alumnado delimitar más específicamente el rol del tutor para evitar diferencias.
- Digitalizar más las sesiones del principio
- Revisar algunas preguntas de los exámenes tipo test

#### 4.2.2. REUNIONES OTROS STAKEHOLDERS

Para facilitar la coordinación entre la Dirección del Área, las Direcciones de los Títulos, el Personal Docente y el Personal No Docente, se llevan a cabo distintas reuniones a lo largo del curso académico, entre ellas: reuniones de Coordinación Docente Horizontal y Vertical. También, tanto las Direcciones de los títulos como la Dirección del Área, llevan a cabo reuniones con los delegados (representantes de los alumnos).

A continuación, se describen el ACTA de la última reunión de Coordinación Horizontal:

## ACTA

1. José M<sup>a</sup> García explica la importancia que tiene la actualización de las guías docentes cada año, especialmente en este curso 19/20 en el que el título se encuentra en pleno proceso de reacreditación.
2. Se ha enviado a cada uno de los coordinadores la memoria actualizada.
3. Además cada coordinador dispone también de la última versión, correspondiente al curso 18/19, de la guía docente del módulo del que cada uno es responsable.
4. José M<sup>a</sup> García tomando como ejemplo una de las guías docentes detalla los apartados de la guía que se deben actualizar y los que deben permanecer inalterables para no caer en contradicción con la memoria del título.
5. Se centra y detiene especialmente en el apartado correspondiente a METODOLOGÍA, en el que anima a los coordinadores a incluir todos los elementos de innovación docente que se pondrán en práctica en el desarrollo de cada módulo. Se resalta que este aspecto es muy importante a fin de aportar valor al título de cara al índice de satisfacción de los alumnos.
6. José M<sup>a</sup> García informa del estado de las matrículas de alumnos para el próximo curso 19/20 que a día 25/07/19 es de 7 matriculados, esperando alcanzar entre los 12 y 15 alumnos según previsiones.
7. Ricardo Moncho propone solicitar licencias de determinado software que puedan resultar de especial interés para los alumnos y permitir su uso durante el desarrollo del Master.

## 4.3. RESULTADOS DE LA TITULACIÓN

### 4.3.1. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La evaluación es continua para las diferentes asignaturas del Máster que, aunque supone un aumento de trabajo para profesores y alumnos, hace que este trabajo sea más efectivo y los resultados académicos sean mejores. La Primera Matrícula supone dos convocatorias, Ordinaria y Extraordinaria; a partir de ahí el alumno opta a Segunda Matrícula y posteriores.

### 4.3.2. TASAS DE APRENDIZAJE


	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	Variación
Tasa de Presentación (presentados/matriculados)	86%	99%	92%	92%	0%
Tasa de Superación (aprobados/presentados)	100%	100%	100%	100%	0%
Tasa de Rendimiento (aprobados/matriculados)	86%	99%	92%	92%	0%

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

# INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

## Marketing y Gestión Digital [MMGD]

### CURSO ACADÉMICO 2018-19 y 2019-20

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

#### CALIFICACIONES 2018-19:

Asignatura	Calificación Media	Desviación típica
Dirección de Empresas	8.0	0.57
Marketing Estratégico	7.7	0.59
Inteligencia Competitiva	8.8	0.56
Medios actuales y emergentes	8.5	0.59
Comercio electrónico	7.6	0.63
Web Marketing	7.8	0.6
Nuevos Modelos de Negocio en el Ámbito Digital	7.1	0.75
Habilidades y Herramientas para la investigación	---	---
Prácticas en empresas (Practicum)	8.6	0.75
Trabajo Final de Master	6.7	1.55
<b>FINAL [media ponderada según ECTS]</b>	<b>7.8</b>	

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

#### CALIFICACIONES 2019-20:

Asignatura	Calificación Media	Desviación típica
Dirección de Empresas	8.2	0.50
Marketing Estratégico	6.7	0.79
Inteligencia Competitiva	7.9	0.72
Medios actuales y emergentes	7.4	2.38
Comercio electrónico	8.5	1.62
Web Marketing	7.8	2.53
Nuevos Modelos de Negocio en el Ámbito Digital	8.1	0.62
Habilidades y Herramientas para la investigación	---	---
Prácticas en empresas (Practicum)	(pendiente)	
Trabajo Final de Master	7.8	1.76
<b>FINAL [media ponderada según ECTS]</b>	<b>(pendiente)</b>	

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	% Variación
<b>FINAL [media ponderada según ECTS]</b>	7.90	8.25	7.87	pendiente	-4.61%

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

A continuación, se presentan las **TASAS AVAP**, calculadas según Protocolo de Seguimiento. Evaluación para el seguimiento de títulos universitarios. Agència Valenciana de Avaluació i Prospectiva [AVAP].

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20
Tasa de Rendimiento (ISV1)	86%	96%	97%	93%
Tasa de Abandono (ISV2)	14%	4%	8% <sup>(2)</sup>	8% <sup>(2)</sup>
Tasa de Eficiencia de los Graduados (ISV3)	100%	100%	100%	100%
Tasa de Graduación del Título (ISV4)	86%	96%	92%	92%
Tasa de relación Oferta-Demanda (IAV1)	46%	85%	51%	37%
Tasa de Matriculación (IAV4)	40%	66%	37%	34%
Tasa de PDI Doctor (IAV2)	41%	39%	43%	56%
Tasa PDI a tiempo Completo (IAV3)	24%	22%	23%	28%
Tasa de Presentación <sup>1</sup>	86%	96%	92%	92%

<sup>1</sup> Se incluye la tasa de presentación, recomendación del Informe de Renovación de la Acreditación del título 2016 (R1).

<sup>2</sup> Tasa de Abandono provisional, la fórmula indica "que no se han matriculado en dicho título T en los cursos X+1 y X+2".

#### 4.3.3. ANÁLISIS DE LA EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Presentación de análisis de los resultados de aprendizaje 2018-19 y 2019-20 según la "Tabla 2. Resultados académicos en las asignaturas que conforman el plan de estudios"<sup>1</sup> de la *Guía de evaluación ReAcredita* para la renovación de la acreditación de títulos universitarios oficiales de grado y máster de la Agència Valenciana de Avaluació i Prospectiva [AVAP].

### Curso Académico 2018/19

Asignatura	Total estudiantes matriculados	Porcentaje de estudiantes en 1ª matrícula	Tasa de rendimiento de la asignatura	Porcentaje de suspensos
Dirección de Empresas	13	100%	100%	0%
Marketing Estratégico	13	100%	100%	0%
Inteligencia Competitiva	13	100%	100%	0%
Medios actuales y emergentes	13	100%	100%	0%
Comercio electrónico	13	100%	100%	0%
Web Marketing	13	100%	100%	0%
Nuevos Modelos de Negocio en el Ámbito Digital	13	100%	100%	0%
Habilidades y Herramientas para la investigación	0	----	-----	----
Prácticas en empresas (Practicum)	13	100%	92%	8%
Trabajo Fin de Máster	13	100%	92%	8%

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

### Curso Académico 2019/20

Asignatura	Total estudiantes matriculados	Porcentaje de estudiantes en 1ª matrícula	Tasa de rendimiento de la asignatura	Porcentaje de suspensos
Dirección de Empresas	12	100%	100%	0%
Marketing Estratégico	12	100%	100%	0%
Inteligencia Competitiva	12	100%	92%	8%
Medios actuales y emergentes	12	100%	92%	8%
Comercio electrónico	12	100%	92%	8%
Web Marketing	12	100%	92%	8%
Nuevos Modelos de Negocio en el Ámbito Digital	12	100%	92%	8%
Habilidades y Herramientas para la investigación	0	----	-----	----
Prácticas en empresas (Practicum)	12	100%	92%	8%
Trabajo Fin de Máster	12	100%	92%	8%

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

<sup>1</sup> La información referida a los indicadores de rendimiento (columnas a partir de tasa de rendimiento en adelante) excluye a los estudiantes cuyos créditos en esta asignatura hayan sido reconocidos, adaptados o convalidados. La tasa de rendimiento de la asignatura indica el porcentaje de estudiantes que superan la asignatura sobre el total de estudiantes matriculados (independientemente de que se presenten a la evaluación de esta). La tasa de éxito de la asignatura indica el porcentaje de estudiantes que la superan sobre el total de estudiantes que se presentan a la evaluación de esta.

#### 4.3.4. EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS DEL TÍTULO

A partir de la Calificación Media obtenida en las diferentes Asignaturas que componen el Plan de Estudios, y en base a la matriz relacional de Asignaturas y Competencias, se obtiene la siguiente calificación para cada Competencia del Título.

**Curso Académico 2018/19**  
**Competencias Generales**

Asignatura	ECTS	Semestre	Nota Media	Competencias Generales								
				CG1	CG2	CG3	CG4	CG5	CG6	CG7	CG8	CG9
Dirección de Empresas	6	1	8,0	1	1	1	1	1	1	1		1
Marketing Estratégico	6	1	7,7	1	1	1	1	1	1	1		1
Inteligencia Competitiva	6	1	8,8	1	1	1	1	1	1	1		1
Medios actuales y emergentes	6	1	8,5	1	1	1	1	1	1			1
Comercio electrónico	4,5	1	7,6	1	1	1	1	1	1			1
Web Marketing	4,5	1	7,8	1	1	1	1	1	1			1
Nuevos Modelos de Negocio en el Ámbito Digital	6	2	7,1	1	1	1	1	1	1	1		1
Habilidades y Herramientas para la Investigación	6	2	---									
Prácticas en empresas (Practicum)	9	2	8,6	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Trabajo Fin de Master	12	2	6,7	1	1	1	1	1	1	1	1	1
				7,80	7,80	7,80	7,80	7,80	7,80	7,72	7,51	7,80

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC



### Competencias Específicas

Asignatura	ECTS	Semestre	Nota Media	Competencias Específicas											
				CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8	CE9	CE10	CE11	CE12
Dirección de Empresas	6	1	8,0	1	1	1	1	1	1	1				1	1
Marketing Estratégico	6	1	7,7	1	1	1	1	1		1	1	1		1	
Inteligencia Competitiva	6	1	8,8	1	1	1	1	1	1				1		
Medios actuales y emergentes	6	1	8,5		1		1				1	1		1	
Comercio electrónico	4,5	1	7,6		1		1							1	
Web Marketing	4,5	1	7,8		1		1				1	1			
Nuevos Modelos de Negocio en el Ámbito Digital	6	2	7,1	1	1	1	1	1	1	1				1	
Habilidades y Herramientas para la Investigación	6	2	---		1										
Prácticas en empresas (Practicum)	9	2	8,6	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1
Trabajo Fin de Master	12	2	6,7	1	1	1	1	1						1	1
				7,72	7,09	7,72	7,80	7,72	7,97	7,93	8,22	8,22	8,68	7,67	7,62

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

**Curso Académico 2019/20**  
**Competencias Generales**

Asignatura	ECTS	Semestre	Nota Media	Competencias Generales								
				CG1	CG2	CG3	CG4	CG5	CG6	CG7	CG8	CG9
Dirección de Empresas	6	1	8,2	1	1	1	1	1	1	1		1
Marketing Estratégico	6	1	6,7	1	1	1	1	1	1	1		1
Inteligencia Competitiva	6	1	7,9	1	1	1	1	1	1	1		1
Medios actuales y emergentes	6	1	7,4	1	1	1	1	1	1			1
Comercio electrónico	4,5	1	8,5	1	1	1	1	1	1			1
Web Marketing	4,5	1	7,8	1	1	1	1	1	1			1
Nuevos Modelos de Negocio en el Ámbito Digital	6	2	8,1	1	1	1	1	1	1	1		1
Habilidades y Herramientas para la Investigación	6	2	---									
Prácticas en empresas (Practicum)	9	2	(pendiente)	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Trabajo Fin de Master	12	2	7,8	1	1	1	1	1	1	1	1	1
				pendiente	pendiente	pendiente	pendiente	pendiente	pendiente	pendiente	pendiente	pendiente

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

### Competencias Específicas

Asignatura	ECTS	Semestre	Nota Media	Competencias Específicas											
				CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8	CE9	CE10	CE11	CE12
Dirección de Empresas	6	1	8,2	1	1	1	1	1	1	1				1	1
Marketing Estratégico	6	1	6,7	1	1	1	1	1		1	1	1		1	
Inteligencia Competitiva	6	1	7,9	1	1	1	1	1	1				1		
Medios actuales y emergentes	6	1	7,4		1		1				1	1		1	
Comercio electrónico	4,5	1	8,5		1		1							1	
Web Marketing	4,5	1	7,8		1		1				1	1			
Nuevos Modelos de Negocio en el Ámbito Digital	6	2	8,1	1	1	1	1	1	1	1				1	
Habilidades y Herramientas para la Investigación	6	2	---		1										
Prácticas en empresas (Practicum)	9	2	(pendiente)	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1
Trabajo Fin de Master	12	2	7,8	1	1	1	1	1						1	1
				pendiente	pendiente	pendiente	pendiente	pendiente	pendiente	pendiente	pendiente	pendiente	pendiente	pendiente	pendiente

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

En las casillas color azul claro se presentan las Calificaciones medias según cada Competencia.

**CALIFICACIONES SEGÚN TIPO DE COMPETENCIAS:**

	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	Variación
Media Competencias Generales	7,54	8,22	7,76	pendiente	-5,60%
Media Competencias Específicas	7,54	8,3	7,86	pendiente	-5,30%
Media TODAS Competencias	7,55	8,26	7,82	pendiente	-5,33%


Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

**4.3.5. EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS A NIVEL MECES**

Las MECES 2007 son:

MECES Generales	
MEGE01	Desde el respeto a los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas relacionadas con dichos derechos.
MEGE02	Desde el respeto y promoción de los Derechos Humanos y los principios de accesibilidad universal y diseño para todos de conformidad con lo dispuesto en la disposición final décima de la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de Igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas relacionadas con dichos derechos y principios.
MEGE03	De acuerdo con los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos, y debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas relacionadas con dichos valores.


MECES Específicas	
MEMA1	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
MEMA02	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
MEMA03	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan– a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
MEMA04	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje.
MEMA05	Que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN  
Marketing y Gestión Digital [MMGD]  
CURSO ACADÉMICO 2018-19 y 2019-20  
BUSINESS&MARKETINGSCHOOL  **ESIC**

# INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

## Marketing y Gestión Digital [MMGD]

### CURSO ACADÉMICO 2018-19 y 2019-20

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

Una vez obtenida la calificación de cada Competencia, y en base a la matriz relacional de Competencias con MECES, se obtiene las siguientes calificaciones para cada Nivel MECES:

#### Curso Académico 2018/19

Competencia	Media	MEGE01	MEGE02	MEGE03	MEMA01	MEMA02	MEMA03	MEMA04	MEMA05
CG01	7,8				1	1	1	1	1
CG02	7,8				1		1	1	1
CG03	7,8		1		1	1		1	
CG04	7,8	1	1	1	1	1	1	1	1
CG05	7,8				1	1	1		
CG06	7,8		1			1	1		
CG07	7,7	1			1	1	1		
CG08	7,5	1			1	1			
CG09	7,8			1	1	1		1	1
CE01	7,7				1			1	
CE02	7,1				1	1			1
CE03	7,7					1		1	1
CE04	7,8	1	1	1		1			
CE05	7,7					1	1	1	1
CE06	8,0				1		1	1	
CE07	7,9				1	1		1	
CE08	8,2				1			1	1
CE09	8,2								
CE10	8,7	1	1	1			1		
CE11	7,7	1	1	1			1		
CE12	7,6	1	1	1	1	1	1		
		7,83	7,88	7,89	7,75	7,71	7,85	7,84	7,74

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

En las casillas color azul claro se presentan las Calificaciones medias según cada MECES.

Las calificaciones definitivas del curso 2019/20 todavía no están disponibles.

#### CALIFICACIÓN MEDIA SEGÚN MECES 2007:

MEDIA POR COMPETENCIAS	2016-17	2017-18	2018-19	2019-20	Variación
Media MECES Generales	7,46	8,2	7,87	pendiente	-4%
Media MECES Específicas Máster	7,58	8,24	7,78	pendiente	-6%
Media todas MECES	7,53	8,23	7,81	pendiente	-5%

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

#### 4.4. GESTIÓN DE SUGERENCIAS Y RECLAMACIONES

El Proyecto de Mejora Continua en ESIC Business & Marketing School es un proyecto que implica a todos, desde los estudiantes/participantes de actividades, profesores, empresas, personal, proveedores, etc., es decir, a todos los grupos de interés vinculados.

BUZÓN DE SUGERENCIAS WEB: [http://www.esic.edu/calidad/buzon\\_virtual.php](http://www.esic.edu/calidad/buzon_virtual.php)

Proceso de Reconocimiento y Sugerencias: [http://www.esic.edu/calidad/pdf/proceso\\_sugerencias\\_E.pdf](http://www.esic.edu/calidad/pdf/proceso_sugerencias_E.pdf)

##### 4.4.1. RECONOCIMIENTOS POR ÁREA (QUEJAS, FELICITACIONES O SUGERENCIAS)

Con objeto de facilitar la comparación con los Reconocimientos del título, se presentan a continuación los del Área de Postgrado:

		2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19
Área Académica	Nº Sugerencias	0	0	1	7	0	2
	Nº Felicitaciones	7	0	0	0	0	0
	Nº Quejas	0	2	2	2	0	13
	Nº Peticiones/Consultas	0	0	0	0	0	0
Área Servicios-Gestión <sup>1</sup>	Nº Sugerencias	2	0	5	3	4	2
	Nº Felicitaciones	0	0	0	0	0	0
	Nº Quejas	2	1	16	3	4	0
	Nº Peticiones/Consultas	3	4	0	0	0	0
TOTAL	Nº Sugerencias	2	0	6	10	4	4
	Nº Felicitaciones	7	0	0	0	0	0
	Nº Quejas	2	3	18	5	4	13
	Nº Peticiones/Consultas	3	4	0	0	0	0

Fuente: Unidad de Calidad y Acreditaciones de ESIC

Téngase en cuenta que ESIC tiene Área de Postgrado en la totalidad de sus campus españoles, por lo que aquí se reflejan datos de todos los Campus.

#### 4.5. GESTIÓN DE SATISFACCIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

4.5.1. A continuación, se presentan los resultados de las encuestas que miden la satisfacción de los grupos de interés con distintos aspectos.

##### 4.5.2. SATISFACCIÓN DE LOS ALUMNOS

###### 4.5.2.1 SATISFACCIÓN DE LOS ALUMNOS CON EL PROFESORADO

La Encuesta de Valoración Docente consta de los siguientes apartados, que valoran la Actividad Docente:

- Planificación.
- Desarrollo.
- Resultados e Innovación.
- Valoración global.

El Porcentaje de Representatividad es del 30%. Se está trabajando para mejorar la tasa de respuesta de los alumnos. La Media Global ponderada es 8,44. En cuanto a las desviaciones típicas de cada uno de los ítems, oscilan entre 0,3 y 3,1, por lo que algunos de estos ítems han de revisarse. Los ítems con medias

más altas son: el profesor muestra respeto ante los comentarios y opiniones de los alumnos, se muestra accesible y receptivo con los alumnos a la hora de resolver dudas fuera del aula.

#### 4.5.2.2 SATISFACCIÓN DE LOS ALUMNOS CON LA TITULACIÓN

Se realiza la Encuesta de Satisfacción Final con la Titulación a los alumnos de la edición 2018-19. En dicha edición, la Tasa de Respuesta ha sido del 50%. Sobre las desviaciones de los resultados: el 31,5% de los ítems de la encuesta tienen medias con una desviación superior a 2,5, por lo que dichas medias se consideran poco representativas.

**Aspectos mejor valorados:** Aprendizaje a través de compañeros, Fortalecer e incrementar conocimientos/habilidades, Aulas de Clase, la red Wifi, Carreras Profesionales con media superior a 8. Otros aspectos relevantes, con medias superiores a 7, son: Potenciar red de contactos, Métodos Docentes que favorecen implicación activa del participante en clase, Criterios de Evaluación, Personal Docente, Formación en valores éticos, Formación en trabajo en equipo, Biblioteca, Cafetería. La media general es de 6,59.

Aquellas variables indicadas como Mejorables (0-4,99), deben ser analizadas y se recomienda llevar a cabo un seguimiento de su Mejora: Coordinación de Profesores, Sistema de préstamos de libros, Venta de libros, Salas de Trabajo en equipo.


Se ha mejorado el grado de satisfacción de los alumnos desde un 4,6 hasta el 6.59 actual respondiendo a la R2 (Recomendación 2) del Plan de Acciones de Mejora en respuesta al Informe Final de Renovación de la Acreditación del título 2015



# INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

## Marketing y Gestión Digital [MMGD]

### CURSO ACADÉMICO 2018-19 y 2019-20

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

<b>Consecución de los resultados del programa</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típica</b>
Fortalecer e Incrementar mis conocimientos/habilidades	8,18	1,60
Potenciar mi Carrera Profesional/ empleabilidad	6,55	2,42
Despertar inquietudes emprendedoras	6,18	2,09
Potenciar mi red de contactos en el mundo empresarial	7,55	2,16
	<b>7,11</b>	<b>2,07</b>
<b>Organización del programa</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típica</b>
Distribución de tareas a lo largo del programa	5,82	1,89
Distribución de evaluaciones (casos, trabajos, etc.)	6,55	1,37
Coordinación de los profesores	4,36	1,91
Publicación de convocatorias de evaluaciones	5,18	1,94
	<b>5,48</b>	<b>1,78</b>
<b>Estructura del programa</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típica</b>
Distribución de contenidos del programa	6,64	1,03
Equilibrio teórico/práctico de los contenidos	6,55	1,69
Alcance de los objetivos a alcanzar	6,45	1,97
Contenidos de las materias	6,64	1,57
	<b>6,57</b>	<b>1,56</b>
<b>Metodología de enseñanza - aprendizaje</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típica</b>
Métodos Docentes que favorecen implicación activa del participante en clase	7,45	2,30
Criterios de Evaluación	7,27	2,37
Aprendizaje a través de compañeros	9,36	1,03
Documentación	6,45	2,34
Ejercicio de Simulación	6,27	2,41
	<b>7,36</b>	<b>2,09</b>
<b>Personal docente</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típica</b>
Personal Docente	7,18	2,27
	<b>7,18</b>	<b>2,27</b>
<b>Formación integral: profesional y personal</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típica</b>
Formación en valores éticos	7,00	2,28
Formación en habilidades de gestión directiva	6,91	1,45
Formación en trabajo en equipo	7,82	1,25
	<b>7,24</b>	<b>1,66</b>
<b>Acceso y atención al participante de ESIC</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típica</b>
Actividades de acogida	6,55	1,97
Actividades de tutorización en el estudio del curso	6,55	2,34
Actividades de orientación profesional y personal	6,09	2,55
Canales para realizar felicitaciones, quejas y sugerencias	6,27	2,80
Accesibilidad a la Dirección del Programa	6,45	2,84
Actividades de ayuda en el desarrollo del curso, de tipo administrativo, organizativo, etc.	5,27	2,41
Atención a través de canales web	5,64	1,96
	<b>6,12</b>	<b>2,41</b>
<b>Infraestructuras e instalaciones</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típica</b>
Aulas de clase	8,18	2,48
Espacios y accesibilidad de la Biblioteca	7,36	3,72
Sistema de préstamo de libros (Biblioteca)	2,45	3,50
Venta de libros	1,73	3,04
Salas de Trabajo en equipo	4,55	4,48
Aula/s de Informática	6,82	3,60
Cafetería	7,45	1,86
Restauración	6,45	3,50
Servicios de Datos (Wifi)	8,18	1,78
Instalaciones en general	7,73	2,05
	<b>6,09</b>	<b>3,00</b>
<b>Áreas/Servicios de ESIC en los que podrías estar interesado en el futuro</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típica</b>
Área de Postgrado	7,36	2,77
Área Executive Education	7,18	2,71
Área de Idiomas	7,18	2,44
Asociación de Antiguos Alumnos de ESIC	7,36	2,77
Carreras Profesionales de ESIC	8,18	2,04
	<b>7,45</b>	<b>2,55</b>
<b>MEDIA GLOBAL</b>	<b>6,59</b>	<b>2,30</b>

#### 4.5.3. SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS

Se lleva a cabo un estudio en LinkedIn, 1ª red profesional por número de contactos y notoriedad entre perfiles profesionales, accediendo a la información contenida en dicha red para nuestros egresados, con el fin de recabar información sobre su Inserción Laboral.

Los resultados que arroja el estudio en LinkedIn se consideran fiables en cuanto a su representatividad, y verídicos, ya que los mismos son contrastables a través de la propia web. De los datos analizados sobre empleabilidad del título, se extraen las siguientes conclusiones:

- Existe un alto grado de actualización en general de los CV de egresados/as, analizados a través de LinkedIn. Es por ello por lo que se plantea como una herramienta de acceso a conocer la empleabilidad de los/las mismos/as.
- LinkedIn permite un acceso a un alto grado de egresados/as por promoción, asumiendo que existe un grado muy elevado de actualización de la información de los CV por parte de estos.
- Contacto telefónico: Se ha contactado con los egresados que no dispongan de perfil en la red social o no muestren actividad reciente en dicha red.

#### UNIVERSO DE ESTUDIO:

Egresados/as del título de seis cursos académicos desde 2013-14 hasta 2018-19.

#### MUESTRA:

**Egresados en 2014:** 10 un 91% del total de egresados/as de esta promoción

**Egresados en 2015:** 9 un 90% del total de egresados/as de esta promoción

**Egresados en 2016:** 11 un 100% del total de egresados/as de esta promoción

**Egresados en 2017:** 17 un 100% del total de egresados/as de esta promoción

**Egresados en 2018:** 20 un 95% del total de egresados/as de esta promoción

**Egresados en 2019:** 19 un 95% del total de egresados/as de esta promoción

PERÍODO TEMPORAL: febrero 2020.

Como conclusión general se evidencia un grado adecuado de empleabilidad de los egresados del título.

#### 4.5.4. SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DOCENTE

La Encuesta de Satisfacción del Personal Docente con la Titulación fue implantada en el curso 2014-15. Se presentan datos de la Encuesta de Satisfacción del Personal Docente con la Titulación del curso 2018-19. La tasa de respuesta para este curso 2018-19 ha sido del 73,33%, que se considera representativa. Las Medias de cada uno de los ítems (15 en total) varían entre 7,64 y 9,57. La Media de Satisfacción del Profesorado es 8,74, con una desviación típica de 1,46.

Los ítems mejor valorados fueron: haber realizado las actividades de evaluación previstas, desarrollo de temario teórico y práctico, satisfacción con los resultados logrados, desarrollo de tutorías, número de alumnos presentados a las convocatorias, seguimiento docente y evaluación continua todos ellos con una **valoración por encima de 9**.

Los resultados de todos los ítems se dan por válidos, pues tienen una desviación típica adecuada, excepto en los ítems de Libros de consulta en la biblioteca o entregados al alumno.

TABLA DETALLE DE ÍTEMS:

Resultados del programa	Media	Desv. Típica
¿Ha sido posible desarrollar todo el temario teórico previsto?	8,91	1,57
¿Ha sido posible desarrollar las actividades prácticas previstas?	8,86	1,36
¿Se han desarrollado las tutorías?	7,64	3,04
¿Han asistido la mayoría de los estudiantes regularmente a clase?	8,95	0,90
¿Le parece que los conocimientos previos del alumno son adecuados para el aprendizaje de la materia?	8,27	1,49
<b>TOTALES</b>	<b>8,53</b>	<b>1,67</b>
Valore si los medios disponibles son adecuados en:	Media	Desv. Típica
Libros de consulta en la Biblioteca o entregados al Alumno	8,18	2,04
Documentaciones accesibles en formato electrónico	8,50	1,95
Servicio de datos fijos (accesibilidad a ordenadores, calidad de los equipos, acceso a red, etc.)	8,50	1,67
Servicios de datos móviles (WIFI) (cobertura, facilidad de conexión, etc.)	8,57	1,94
Aula	8,77	1,11
Salas de Reuniones y/o Despachos	8,76	1,48
¿Ha realizado las actividades de evaluación previstas?	9,57	0,68
¿Cree que el seguimiento docente y/o la evaluación continua han servido para mejorar los resultados de la materia?	9,29	0,77
¿Valore cuantos alumnos se han presentado a la evaluación de la última convocatoria?	9,33	0,72
¿Está satisfecho con los resultados logrados en su materia en la última convocatoria cursada?	9,00	1,26
<b>TOTALES</b>	<b>8,85</b>	<b>1,36</b>

Fuente: Unidad de Calidad y Acreditaciones de ESIC

#### 4.5.5. SATISFACCIÓN DE PERSONAL NO DOCENTE

La Encuesta de Satisfacción del Personal No Docente con la Titulación fue implantada en el curso 2014-15. La Tasa de Respuesta para el curso 2018-19 ha sido del 60%. Las Medias de cada uno de los ítems (9 en total) varían entre 7,17 y 9,00. La Media de Satisfacción del Personal No Docente es 8,11 con una desviación típica de 1,51.

Los ítems mejor valorados fueron: Relación con los estudiantes, Gestión de los procesos administrativos del título, Relación con el profesorado y Acceso a la información sobre aspectos docentes.

TABLA DETALLE DE ÍTEMS:

COMUNICACIÓN Y GESTIÓN	Media	Desv. Típica
Acceso a la información sobre aspectos docentes necesaria para atender a los estudiantes	8,50	1,29
Relación con los estudiantes del título	9,00	1,03
Relación con el profesorado del título	8,50	1,20
Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, de fechas de exámenes, etc.)	8,00	2,30
Gestión de los procesos administrativos comunes con la Universidad a la que el título está adscrito	8,86	1,03
<b>TOTALES</b>	<b>8,57</b>	<b>1,37</b>

RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS	Media	Desv. Típica
Recursos materiales y tecnológicos disponibles para prestar servicios al estudiante y/o al profesorado del título	7,44	1,95
Personal de administración suficiente para atender correctamente la gestión administrativa del título	7,17	1,98
Personal de servicios suficiente para atender correctamente a estudiantes y/o profesorado del título	7,61	1,58
Nivel de satisfacción general con la gestión de los aspectos académicos-administrativos-servicios del título	7,94	1,20
<b>TOTALES</b>	<b>7,54</b>	<b>1,67</b>

Fuente: Unidad de Calidad y Acreditaciones de ESIC

#### 4.5.6. SATISFACCIÓN AGENTES EXTERNOS

A través de los Representantes Externos Expertos en las Comisiones de Titulación, las evaluaciones externas realizadas por ANECA, AVAP, y evaluadores ISO 9001:2008, junto al Consejo Asesor de ESIC, representado por Directivos de Empresas de reconocido prestigio internacional y nacional, se realiza una revisión continuada de expertos que apoyan la Calidad del programa.

#### 4.5.7. SATISFACCIÓN CON LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

##### 4.5.7.1 SATISFACCIÓN DE LOS ALUMNOS CON LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

Se presenta a continuación la valoración de los alumnos respecto a la experiencia de prácticas, dentro de la asignatura Prácticas en empresas del Plan de Estudios del Máster En la edición 2018-19 la tasa de respuesta ha sido 75%.

Las medias de los ítems (36 en total) varían entre 6,94 y 8,72. La media de satisfacción global es de 7,95.

Los aspectos mejor valorados, con medias de superiores a 8.5, han sido: Ambiente de trabajo durante las prácticas, acogida por parte de la empresa y el tutor y la posibilidad de aplicar los conocimientos adquiridos durante la titulación.


TABLA DETALLE DE ÍTEMS:

Información y asignación de los programas de prácticas externas	Media	Desv. Típica
Información recibida sobre los programas de prácticas externas de ESIC:	7,61	1,65
Satisfacción con la amplitud de la oferta de prácticas en empresa:	6,94	1,83
Información recibida acerca del proyecto formativo de tus prácticas externas (objetivos, actividades a realizar, criterios de evaluación...):	7,28	2,16
Procedimiento de selección y adjudicación de prácticas externas:	7,5	1,89
Adecuación del momento de realización de las prácticas externas dentro del Plan de Estudios	7,61	1,91
Gestión y orientación prestada por el Departamento de Prácticas de ESIC:	7,44	2,18
Adecuación de la estancia en la empresa o institución en relación con el periodo que estimas conveniente para tu formación práctica	8,06	1,86
Compatibilidad de las prácticas externas con las obligaciones académicas presenciales en la Universidad	8,11	1,81
Utilidad de la información sobre prácticas externas disponible en la web de ESIC	7,06	1,98

# INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

## Marketing y Gestión Digital [MMGD]

### CURSO ACADÉMICO 2018-19 y 2019-20

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

<b>Empresa o institución donde se desarrollan las prácticas</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típica</b>
Acogida por parte de la empresa o institución en mi incorporación a las prácticas	8,67	1,53
Adecuación de las tareas encomendadas a la titulación cursada	7,94	1,95
Grado de satisfacción con el ambiente de trabajo durante el periodo de prácticas	8,72	1,56
Disponibilidad de medios para el desarrollo de las prácticas	8,22	1,66
<b>Tutor Académico de ESIC (Prácticas Curriculares).</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típica</b>
Asesoramiento recibido durante el desarrollo de las prácticas externas	7,4	2,23
Atención brindada por el tutor académico cuando has necesitado que te dirigiera en el desarrollo de una tarea.	7,67	1,99
Compromiso del tutor académico con el normal desarrollo del proyecto formativo	7,6	2,06
Sistema de evaluación académica de las prácticas externas	7,73	1,83
<b>Tutor externo</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típica</b>
Acogida por parte del tutor de la empresa o institución:	8,61	1,65
Organización de la actividad a desarrollar:	8,44	1,79
Información proporcionada sobre la organización y funcionamiento de la empresa o institución y sobre la normativa de interés:	8,39	1,88
Formación complementaria proporcionada por el tutor para la realización de la práctica	8,22	2,07
Atención brindada por el tutor de la empresa o institución cuando has necesitado que te dirigiera en el desarrollo de una tarea:	8,22	1,93
Seguimiento y supervisión por parte del tutor de la empresa o institución:	8,33	2
<b>Formación adquirida</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típica</b>
Adquisición y desarrollo de competencias profesionales:	8	1,64
Grado de relación entre las competencias adquiridas en la titulación y en las prácticas externas:	7,94	1,76
Grado de posibilidad de aplicar en las prácticas los conocimientos adquiridos en tu titulación:	8,5	1,76
Orientación profesional recibida durante la realización de las prácticas:	8,11	1,88
<b>Valoraciones generales</b>	<b>Media</b>	<b>Desv. Típica</b>
Satisfacción con el cumplimiento del proyecto formativo de las prácticas externas:	8,17	1,65
Valor añadido por las prácticas a la formación académica:	8,33	1,64
Una vez finalizadas las prácticas externas ¿en qué medida han aumentado tus expectativas de obtener un empleo?:	8,22	2,46
Satisfacción general con la empresa o institución donde has realizado las prácticas:	8,39	1,65
Satisfacción general con el tutor de la empresa o institución:	8,61	1,72
Satisfacción general con el tutor académico de ESIC (para prácticas curriculares):	7,28	2,02
Coordinación tutor académico y/o dpto. de prácticas - tutor externo - estudiante:	7,06	2,24
Satisfacción general con el Dpto. de Prácticas de ESIC:	7,67	1,97
Satisfacción global con las prácticas externas:	8,22	1,8

Fuente: Unidad de Calidad y Acreditaciones de ESIC

#### 4.5.7.2 SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES EXTERNOS CON LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

Se presenta a continuación la valoración de los Tutores Externos respecto a la experiencia de tener alumnos ESIC en prácticas, dentro de la asignatura Prácticas en empresas,

Las medias de los ítems (14 en total) varían entre 7,6 y 9. En todos los casos la desviación típica es menor a 2,5.

Los aspectos mejor valorados, con medias superiores a 8,5, han sido: la duración de las prácticas, la adaptación e integración del candidato en la empresa, el trabajo realizado por el personal en prácticas de ESIC y la gestión administrativa del departamento de prácticas de ESIC

TABLA DETALLE DE ÍTEMS:

Valoraciones generales de satisfacción	Media	Desv. Típica
La adaptación e integración del alumno/s a la empresa / entidad ha sido adecuada:	8,67	0,82
La relación entre la formación académica del estudiante y las actividades a desarrollar en las prácticas fueron adecuadas:	8,33	0,82
La duración de las prácticas es adecuada/s:	9	0,82
Valore los sistemas de evaluación aplicados a la práctica:	8	1,15
De forma global exprese el grado de utilidad del trabajo realizado por el personal en prácticas de ESIC:	8,67	0,82
Factores que determinaron la contratación en prácticas de alumnos de ESIC frente a candidatos de otras Universidades:	Media	Desv. Típica
Perfil del Candidato:	8,11	0,87
Referencias de anteriores alumnos en prácticas de ESIC:	7,56	1,42
Formación del Candidato (Titulación cursada) :	8,11	0,87
Resolución del Candidato en las pruebas de acceso a la Práctica:	8	1,05
Otros: (Valora y comenta)	7,89	1,79
Valoración del departamento de prácticas	Media	Desv. Típica
La información recibida por parte del Dpto. de Prácticas de ESIC:	8	0,94
La atención prestada por parte del Dpto. de Prácticas de ESIC:	8,22	1,03
La gestión administrativa por parte del Dpto. de Prácticas de ESIC:	8,56	0,83
Satisfacción general con el Dpto. de Prácticas de ESIC:	8,44	1,07

Fuente: Unidad de Calidad y Acreditaciones de ESIC

#### 4.5.8. SATISFACCIÓN CON LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD

##### 4.5.8.1 SATISFACCIÓN DE LOS ALUMNOS CON LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD

Los alumnos del Máster en Marketing y Gestión Digital no realizaron Movilidad Outgoing durante el curso académico 2018-19, ni tampoco alumnos de otras universidades realizaron Movilidad Incoming al Título.

##### 4.5.8.2 SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DOCENTE CON LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD

En el curso académico 2018-19 ningún profesor del Máster en Marketing y Gestión Digital realizó programas de Movilidad para Docencia.

## 5. PROPUESTAS DE MEJORA PARA CURSO SIGUIENTE

ESIC Business & Marketing School desarrolla proyectos de mejora para la consolidación de los niveles de Calidad, que contribuyan al desarrollo personal y profesional de nuestros alumnos. En dichos proyectos participan los distintos grupos de interés: alumnos/participantes, empresas, proveedores, personal ESIC.

WEB: [http://www.esic.edu/calidad/proyectos\\_de\\_mejora.php](http://www.esic.edu/calidad/proyectos_de_mejora.php)

### 5.1. MEJORAS IMPLANTADAS DURANTE EL CURSO ACADÉMICO 2018-19

#### 5.1.1. MEJORAS IMPLANTADAS EN EL ÁREA DE POSTGRADO

Las presentes mejoras fueron planteadas como objetivos del área:

- Definición de la nueva área Business School que integrará las áreas de Postgrado, Executive Education e ICEMD
- Acreditación institucional AACSB o EQUIS.
- Reestructuración académica y de programas:
  - Definición de competencias por programa y perfil de egreso.
  - Establecimiento de criterios de diseño de programas.
  - Nueva estructuración de programas.
  - Definición de la implementación de programas.
  - Ampliación del Sistema de Calidad.
  - Formación a profesores y directores de programa.
- Ordenación académica del área:
  - Obtener la situación actual del Faculty.
  - Sistema de gestión y formación a profesores.

Además, el **Área de Postgrado Valencia** contaba con los siguientes objetivos:

- Aumento de la tasa de respuesta en diferentes encuestas: Satisfacción del Alumnado con el Profesorado, Satisfacción del Alumnado con la Titulación.
- Aumento del número de profesores Doctores en los programas MMGD y MDPO.
- Ampliación de la oferta académica con la apertura del nuevo programa MIM (Máster in Marketing Management) impartido íntegramente en inglés.
- Incremento número de alumnos internacionales en los programas.
- Implantación programa de formación a tutores TFM de todos los Masters: refuerzo áreas de conocimiento.

#### 5.1.2. MEJORAS IMPLANTADAS EN EL TÍTULO MMGD

Se recogen a continuación las Mejoras implantadas durante el curso académico 2018-19 y anteriores que afectan al Título:

**Mejora al indicador:** Atraer un mayor número de alumnos para cursar estos estudios.

**Acciones a Desarrollar:** Realizar un mayor esfuerzo comercial y de comunicación en las acciones dirigidas a la captación de alumnos para el MMGD (Masterclass, conferencias o campañas de comunicación ad-hoc).

**Responsables:** Departamento Comercial, Dirección de Postgrado

**Grado de implantación:** A lo largo de las ediciones del programa, se han realizado distintas acciones para aumentar la tasa de matriculación.

**Mejora al indicador:** Aumentar el PDI Doctor y Doctor Acreditado.

**Acciones a Desarrollar:** Contratación de Personal PDI.

**Responsables:** Departamento de Investigación y Director de Postgrado Valencia.

**Grado de implantación:** Continúa vigente, en búsqueda de perfiles académicos adecuados que se vayan incorporando a la titulación y de esta manera mejorar las ratios, durante el curso 2020/21 se alcanzará el objetivo del 70% de doctores y 60% de doctores acreditados

**Mejora al indicador:** Aumentar la comunicación de la existencia del Buzón Virtual Danos tu opinión entre todos los grupos de interés del Campus.

**Acciones a Desarrollar:** Se hablará con los delegados para que, de cara a que quede constancia de sus sugerencias, éstas las realicen por medio del buzón y no, como hasta ahora, por comunicación verbal a la dirección académica.

**Responsables:** Responsable de Calidad de Campus Valencia.

**Grado de implantación:** Continúa vigente, realizándose distintas acciones (e-mailing, etc.) para publicitar y dar a conocer el Buzón de sugerencias entre los grupos de interés.

**Mejora al indicador:** Aumentar la participación en las encuestas por parte del alumnado especialmente en la encuesta de fin de programa.

**Acciones a Desarrollar:** Acciones de comunicación y nuevo plan de encuestas bajo nueva plataforma de encuestas.

**Responsables:** Unidad de Calidad y Dirección de Postgrado

**Grado de implantación:** Continúa vigente pese a que se han reforzado las acciones para que los alumnos contesten las encuestas (vía email, telefónica y personal).

**Mejora al indicador:** Aumentar la participación en las encuestas de valoración de la titulación por parte del personal docente y no docente de la titulación.

**Acciones a Desarrollar:** Acciones de comunicación y concienciación de la importancia de las encuestas de calidad al personal docente y no docente de la titulación.

**Responsables:** Unidad de Calidad y Dirección de Postgrado

**Grado de implantación:** Continúa vigente pese a que se han reforzado las acciones para que los alumnos contesten las encuestas. Se están estudiando opciones a nivel nacional para que la participación de los alumnos en las valoraciones del profesorado en las encuestas sea mayor.

**Mejora al indicador:** Aumentar la participación en las encuestas de valoración de las prácticas.

**Acciones a Desarrollar:** Acciones de comunicación y concienciación de la importancia de las encuestas de calidad para la mejora de las prácticas externas

**Responsables:** Unidad de Calidad, Dirección de Postgrado y Unidad de Desarrollo Profesional

**Grado de implantación:** Continúa vigente pese a que se han reforzado las acciones para que los alumnos contesten las encuestas (vía email, telefónica y personal).

**Mejora:** Incrementar la actividad investigadora en el área de especialización de los Masters.

**Causa:** Mejorar la ratio de publicaciones académicas.

**Acciones a Desarrollar:** Creación de perfiles de docentes con objetivos de investigación dentro de un Plan de Acreditaciones de ESIC.

**Responsables:** Dirección Área de Postgrado y Departamento de Investigación y Dirección General.

**Grado de implantación:** Continúa vigente, se ha aumentado el número de doctores, doctores acreditados y doctorandos y se está incluyendo la investigación en el área de postgrado y en el de la especialización de los programas máster universitarios en el plan de trabajo ordinario.



**Mejora al Indicador:** Incrementar orientación profesional.

**Acciones a Desarrollar:** Que los profesores en sus respectivas asignaturas sigan desarrollando y perfeccionado las técnicas de orientación profesional para los propios alumnos y como medio de acción en el resto de la plantilla de sus actuales o futuras empresas.

**Responsables:** Director del Programa y profesores de las asignaturas correspondientes.

**Grado de implantación:** Continúa vigente, siendo ésta una mejora constante con nuestro profesorado. Se están desarrollando casos reales de empresa para ejecutar en aula con nuestros alumnos.

## 6. CUADRO DE INDICADORES

El Resumen de Indicadores se encuentra siempre actualizado en la web del Título:

[https://www.esic.edu/es/ficha\\_tecnica/master-oficial-recursos-humanos-valencia/?s=garantia\\_resumen](https://www.esic.edu/es/ficha_tecnica/master-oficial-recursos-humanos-valencia/?s=garantia_resumen)

	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18	2018-19
Tasa de Rendimiento (ISV1)	100,0%	100,0%	100,0%	97,8%	99,5%	99,5%
Tasa de Abandono (ISV2)	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%	5,0%	5,0%
Tasa de Eficiencia de los Graduados (ISV3)	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Tasa de Graduación del Título (ISV4)	100,0%	100,0%	100,0%	95,0%	95,0%	100,0%
Tasa de relación Oferta-Demanda (IAV1)	29,0%	29,0%	37,0%	74,0%	91,0%	108,0%
Tasa de Matriculación (IAV4)	29,0%	29,0%	37,0%	54,0%	60,0%	84,0%
Tasa de PDI Doctor (IAV2)	30,3%	27,0%	42,1%	41,0%	54,2%	55,8%
Tasa PDI a tiempo Completo (IAV3)	15,0%	14,0%	28,9%	35,9%	31,4%	32,3%
Tasa de Presentación	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%