



Informe de Titulación

Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD)

CURSO 2024-2025



Índice

1.	OBJETIVO DEL INFORME	3
2.	PLANIFICACIÓN	4
2.1.	JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO	4
2.2.	INFORMACIÓN PREVIA A LA MATRÍCULA	4
2.3.	RELACIÓN OFERTA-DEMANDA TITULACIÓN	5
2.4.	PERFIL DE ENTRADA Y SALIDA	6
2.5.	DATOS DE MATRÍCULA	7
2.6.	PLAN DE ESTUDIOS	9
2.7.	RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS	9
2.8.	PROGRAMAS DE MOVILIDAD	10
3.	ORIENTACIÓN PROFESIONAL DE LA TITULACIÓN	11
3.1.	RATIOS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL EN LA TITULACIÓN	11
3.2.	PRÁCTICAS EXTERNAS	11
3.3.	INSERCIÓN LABORAL DE LOS EGRESADOS	12
3.4.	ACTIVIDADES ORIENTADAS A LA EMPLEABILIDAD	12
4.	RECURSOS	14
4.1.	PERSONAL DOCENTE	14
5.	SISTEMA GARANTIA CALIDAD	16
6.	GESTIÓN SATISFACCIÓN STAKEHOLDERS	17
7.	PRINCIPALES INDICADORES	19

1. OBJETIVO DEL INFORME

El propósito del presente Informe es documentar el seguimiento realizado del Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD), con el fin de garantizar la calidad de la titulación. Este seguimiento se rige por lo estipulado en la Política de la Comisión de Titulación, integrada en el Sistema de Gestión de ESIC.

Este informe se constituye como una de las evidencias de la gestión académica llevada a cabo por el Área Académica de ESIC. Dicha gestión está declarada dentro del Sistema de Calidad de ESIC, que se adhiere al modelo de SGIC definido por la Acreditación AUDIT otorgada por la ANECA (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación), en coherencia con los 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 que componen el Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD) responden a una necesidad claramente identificada en el ecosistema empresarial actual. Esta necesidad se traduce en una creciente y urgente demanda de profesionales con competencias avanzadas en marketing, estrategia digital y transformación tecnológica.

En el contexto de mercado actual, la capacidad competitiva de las organizaciones depende entre otras cuestiones de la calidad de sus recursos digitales. La gestión eficaz de estos activos, que incluyen el Big Data, las plataformas tecnológicas y la experiencia de usuario, es lo que permite a las empresas diferenciarse de sus competidores y obtener una ventaja competitiva sostenida en la era digital.

Por consiguiente, este título está diseñado para formar especialistas capaces de liderar la estrategia digital, asegurando que las empresas posean y exploten los recursos digitales valiosos necesarios para generar crecimiento, optimizar la experiencia del cliente y transformar modelos de negocio.

2.2. INFORMACIÓN PREVIA A LA MATRÍCULA

Los requisitos de acceso al **Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD)** se establecen conforme al artículo 16 del [Real Decreto 1393/2007](#), de 29 de octubre, modificado por el [Real Decreto 861/2010](#), de 2 de julio. Los candidatos deben cumplir las siguientes condiciones:

- Acceso desde el EEES: Estar en posesión de un título universitario oficial español o de otro expedido por una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) que faculte en el país expedidor para el acceso a enseñanzas de Máster.
- Acceso desde sistemas educativos ajenos al EEES: Podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos externos al EEES sin necesidad de homologar sus títulos. Para ello, es indispensable la previa comprobación por parte de la Universidad de que dichos títulos acreditan un nivel de formación equivalente a los títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país de expedición para el acceso a enseñanzas de posgrado.
 - Nota importante: El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo ni su reconocimiento a efectos distintos de cursar las enseñanzas del Máster.

VÍAS DE ACCESO:

	2024-25	% Variación
Dirección de Empresas	9	38%
Comunicación	7	29%
Marketing	3	13%
Diseño	3	8%
Ingeniería	2	8%
Relaciones Internacionales	1	4%

	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25	% Variación
Nº Alumnos con Titulación Superior	16	16	17	25	+47%
Procedencia del Título Superior – Nacional ¹	10	12	5	5	==
Procedencia del Título Superior – Internacional ¹	6	4	12	20	+67%

Fuente: Admisiones de Postgrado ESIC

2.3. RELACIÓN OFERTA-DEMANDA TITULACIÓN

El proceso de selección de candidatos se inicia con la verificación del cumplimiento de los requisitos legales establecidos por la legislación y la normativa vigentes. Posteriormente, se realiza una evaluación exhaustiva para determinar la adecuación del perfil del aspirante al perfil de ingreso recomendado para el Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD).

El proceso de admisión está estructurado en las siguientes fases consecutivas:

- Preinscripción: Presentación inicial de la solicitud y documentación.
- Admisión: Evaluación del perfil y comunicación de la resolución.
- Matrícula: Formalización de la inscripción al programa.

Adicionalmente, los aspirantes pueden solicitar becas y ayudas al estudio. La información detallada sobre estas convocatorias se publica anualmente de manera oficial.

2.4. PERFIL DE ENTRADA Y SALIDA

A continuación, se detallan los perfiles de entrada y salida de los alumnos del Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD).

DISTRIBUCIÓN POR SEXO:

	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25	Variación (puntos porcentuales)
Alumnos de Nuevo Ingreso: Mujeres	14	12	9	18	+100%
Alumnos de Nuevo Ingreso: Hombres	2	4	8	7	-12.5%

Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

DISTRIBUCIÓN POR PROCEDENCIA:

	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25	Variación (puntos porcentuales)
Alumnos de Nuevo Ingreso: Extranjeros	6	4	12	20	+67%
Alumnos de Nuevo Ingreso: Nacionales	10	12	5	5	---

Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

2.5. DATOS DE MATRÍCULA

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.

En los últimos años la evolución del número de matriculados ha sido la siguiente:

MATRICULADOS POR ECTS:

	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25	% Variación
Total de Alumnos matriculados	15	16	16	17	25	+47%
Total de Alumnos matriculados a Tiempo Completo (100% ECTS)	15	13	14	16	24	+50%
Porcentaje de Alumnos matriculados a Tiempo Completo (100% ECTS)	100%	81%	88%	94%	96%	+2%

Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

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 digitales y de marketing en las empresas.

	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25	Variación
Plazas Ofertadas ¹ (A)	35	35	35	35	35	----
Plazas Demandadas (B)	25	27	31	31	42	+35%
Ratio: Relación B/A	71%	77%	89%	89%	120%	31%

Fuente: Admisiones de Postgrado ESIC

2.6. PLAN DE ESTUDIOS

El plan de estudios de la titulación puede consultarse en la memoria oficial del título (https://www.esic.edu/sites/default/files/2019-11/memoria_master_marketing_y_gestion_digital.pdf). En ella se aporta información detallada sobre las características y contenidos incluidos en este Máster. Adicionalmente, en la página web de ESIC (<https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd>) puede consultarse información adicional sobre la titulación (re-acreditaciones, modificaciones, etc.).

El Plan de Estudios de la titulación puede consultarse en la Memoria Oficial del Título (https://www.esic.edu/sites/default/files/2019-11/memoria_master_marketing_y_gestion_digital.pdf). Este documento proporciona información detallada sobre las características y contenidos específicos del Máster. Información adicional sobre la titulación (como verificaciones, reacreditaciones, o planes de mejora) está disponible en la página web de ESIC (<https://www.esic.edu/master-universitario-en-marketing-y-gestion-digital-mmgd>).

Las Guías Docentes son el instrumento oficial de comunicación entre el profesorado y el alumnado. Cada guía contiene la información general de la asignatura y refleja las competencias específicas a desarrollar. Existe una única guía por asignatura y por titulación, independientemente de que la materia sea impartida por varios profesores.

Para asegurar la máxima accesibilidad, todas las Guías Docentes están publicadas en el buscador de la página web de ESIC (<https://www.esic.edu/buscador-guias-postgrado/>), permitiendo el acceso a cualquier persona interesada. Además, estas guías están disponibles para los alumnos en el espacio virtual de cada asignatura en la plataforma Canvas (<https://esic.instructure.com/>).

2.7. RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

El sistema de reconocimiento de créditos aplicable a los estudiantes del Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD) se rige por lo dispuesto en la [Normativa sobre Reconocimiento de Créditos/Asignaturas y Adaptaciones en Titulaciones de Másteres Universitarios de la Universidad Miguel Hernández \(UMH\)](#).

2.8. PROGRAMAS DE MOVILIDAD

La Unidad de Desarrollo Internacional de ESIC facilita acuerdos de intercambios académicos para los estudiantes del Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD) con universidades de prestigio internacional.

Los alumnos pueden participar de manera anual en las convocatorias de Erasmus+: Este programa permite la movilidad de estudiantes con países de la Unión Europea (UE), incluyendo opciones tanto para estancias de estudios como para prácticas extracurriculares.

Otros programas a los que tienen acceso en el programa MUNDE: Adicionalmente, se ofrecen programas de movilidad propios de la Escuela, abiertos a estudiantes de cualquier titulación, que permiten cursar estudios en una amplia variedad de países fuera del ámbito Erasmus+.

Número de convenios: a fecha 2025 se gestionan más de 140 convenio de movilidad bilateral con universidades de todo el mundo en 4 continentes.

Análisis de la Movilidad Histórica

Durante el último curso académico, y en los precedentes, no se ha registrado movilidad de estudiantes del MMGD. En relación con los alumnos incoming al impartirse el master es en castellano, este hecho no facilita la incorporación de alumnado ERASMUS, alumnado mayoritariamente de habla inglesa, a pesar de ello, en el curso 24/25 se han incorporado dos alumnos incoming a la titulación.

En relación con los alumnos outgoing el perfil laboral de los estudiantes es el de un alumnado que ya está trabajando o haciendo prácticas durante el Máster esto con lleva una baja tasa de estancias en el extranjero ya que los estudiantes priorizan el puesto de trabajo actual o las prácticas frente a las ventajas que aporta un programa de movilidad.

No obstante, los estudiantes del Máster tienen acceso a los programas de movilidad que ofrece ESIC y se están implementando activamente nuevos convenios bilaterales para facilitar futuras estancias de estudios.

3. ORIENTACIÓN PROFESIONAL DE LA TITULACIÓN

3.1. RATIOS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL EN LA TITULACIÓN

La empleabilidad, el desarrollo profesional y el desarrollo directivo del alumnado constituyen un objetivo estratégico prioritario para ESIC. Este objetivo se aborda desde una doble perspectiva:

- Formación Integral: Proporcionar a los estudiantes el conjunto de conocimientos y herramientas necesarios para potenciar su empleabilidad y asegurar un óptimo desarrollo profesional.
- Soporte Operativo: Ofrecer asistencia y apoyo directo a través de la Unidad de Desarrollo Profesional, facilitando la realización de prácticas en empresas y/o la consecución del primer empleo o el avance en la carrera profesional de los egresados.

3.2. PRÁCTICAS EXTERNAS

El Departamento de Prácticas Profesionales está integrado en la Unidad de Desarrollo Profesional de ESIC. Esta Unidad actúa como un enlace estratégico y natural entre la Escuela y la realidad del ecosistema empresarial.

Para el Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD), las prácticas se configuran como una actividad formativa esencial que cumple un doble propósito:

- Consolidación de Conocimientos: Permitir al estudiante la aplicación práctica de los conocimientos teóricos adquiridos durante el Máster.
- Adquisición de Competencias: Favorecer el desarrollo de las competencias específicas indicadas para la asignatura en la Memoria del Título.

Adicionalmente, estas prácticas están orientadas a facilitar la inserción del estudiante en el mercado laboral al finalizar el programa.

DATOS REFERENTES A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES DEL MMGD:

	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25	% Variación
Valoración académica prácticas	8.86	8.58	9.23	8.12	8.34	+2.7%
Valoración adecuación formación	8.64	8.51	8.75	7.80	9.60	+23%
Calificación media	9.00	8.70	9.00	7.95	8.97	+12.8%
Nº estudiantes matriculados	15	13	14	16	24	+50%
Nº estudiantes aprobados	15	13	14	15	24	+60%
Tasa de superación	100%	100%	100%	94%%	100%	---

Fuente: Departamento de Prácticas de ESIC

3.3. INSERCIÓN LABORAL DE LOS EGRESADOS

El análisis de la Inserción Laboral de los egresados del Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD) se lleva a cabo a través de múltiples vías de seguimiento:

- Fuentes Primarias de Información
- Unidad de Desarrollo Profesional: Esta unidad realiza un seguimiento continuo tanto de las ofertas como de las demandas de puestos de trabajo específicas de los egresados de la titulación.
- Seguimiento de Nombramientos: ESIC monitoriza los nombramientos y ascensos alcanzados por los egresados de sus distintas titulaciones.

La información pública referente a las actividades de la Unidad de Desarrollo Profesional se encuentra disponible en la web oficial de ESIC: <http://www.esic.edu/empleabilidad/>.

A su vez, los logros profesionales alcanzados se publican en la Revista Alumni de ESIC, cuyas ediciones pueden consultarse en la web: <https://www.esic.edu/alumni/revistas>.

Finalmente, el seguimiento de la inserción y el desarrollo profesional de los egresados queda reflejado en la tabla que se presenta a continuación:

	2020-21	2021-22	2022-23	2023-24	2024-25
Egresados	14	14	14	16	24
Empleados (tras 1 año)	14	14	14	11	N/A
%	100%	100%	100%	68.8%	N/A
Empleados (actualmente)	14	12	11	11	20
%	100%	85.7%	78.6%	68.8%	83.33%

Fuente: UDP de ESIC

Los datos presentados indican un alto nivel de empleabilidad entre los egresados del programa Máster MMGD del Campus ESIC Valencia, tanto un año después de finalizar sus estudios como en la actualidad. LinkedIn se confirma como una herramienta eficaz para la evaluación de la inserción laboral de los egresados.

3.4. ACTIVIDADES ORIENTADAS A LA EMPLEABILIDAD

La Unidad de Desarrollo Profesional (UDP) de ESIC organiza anualmente un amplio conjunto de actividades cuyo objetivo es facilitar la incorporación profesional y mejorar la empleabilidad de los estudiantes del Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital (MMGD):

- Feria de Empleo – MEET (Noviembre):

Evento de reclutamiento masivo que cuenta con la participación de aproximadamente 80 empresas que ofrecen puestos de trabajo y vacantes de prácticas. Incluye talleres especializados impartidos por las empresas. La asistencia estimada es de 800 alumnos.

Taller de Empleabilidad (Octubre):

Taller formativo impartido al inicio del curso académico, centrado en la optimización del currículum vitae (CV), estrategias de búsqueda de prácticas y preparación para entrevistas de selección.

- Asesoramiento y Orientación Personalizada (Anual):
Servicio individualizado de asesoramiento profesional para la revisión de CV y la definición de objetivos y trayectorias profesionales de los estudiantes que buscan empleo.
- Presentación y Reclutamiento Empresarial (On-Campus) (Anual, según demanda):
Sesiones de presentación corporativa en el campus, seguidas de entrevistas de reclutamiento para cubrir vacantes de prácticas ofrecidas por empresas colaboradoras.
- Visitas de Inmersión Laboral a Empresas :
Organización de visitas guiadas a empresas con vacantes de prácticas. La actividad incluye el traslado de los estudiantes interesados y la realización de entrevistas in situ.
- Jornadas y Conferencias de Interés (Anual):
Eventos a lo largo del curso académico con ponentes y empresarios invitados, focalizados en temáticas de interés sectorial, corporativo o de contenidos específicos.
- Presentación Becas IVACE (Marzo):
Sesión informativa impartida por personal de IVACE (Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial) sobre sus programas de becas para recién titulados.
- MEET & GREET (Anual):
Comida o evento de networking que reúne a las empresas colaboradoras y a los estudiantes que han formalizado su incorporación laboral durante el año.

4. RECURSOS

4.1. PERSONAL DOCENTE

El Personal Docente e Investigador (PDI) de las titulaciones está compuesto por profesionales con las siguientes cualificaciones académicas: Doctores Acreditados, Doctores, Licenciados y Graduados.

Un factor diferencial del profesorado de ESIC radica en que una parte significativa de sus miembros combina el perfil académico e investigador con una amplia trayectoria profesional en la empresa. Esta dualidad garantiza que la docencia no solo se base en el marco teórico, sino que también incorpore la transmisión de conocimientos y habilidades bajo una sólida perspectiva profesional y práctica.

El Departamento de Investigación, en colaboración con los miembros del Comité de Dirección de ESIC, ha diseñado una serie de actividades para su implementación en todas las Unidades y territorios de la Escuela.

El objetivo estratégico fundamental de estas iniciativas es: Impulsar la Investigación para consolidar nuestra cercanía con el mundo empresarial, ser un jugador internacional en Marketing y Economía Digital, y apoyar la empleabilidad de nuestros alumnos.

Objetivos específicos de la Investigación:

- Calidad y Cantidad: Generar un salto cualitativo y cuantitativo en el ámbito de la investigación, combinando eficazmente la Investigación Académica con la Investigación Aplicada, para aportar valor al conocimiento.
- Focalización e Impacto: Concentrar la investigación en áreas de interés prioritario para obtener un impacto significativo en la Sociedad y generar contenidos que respalden la labor del profesorado y reviertan positivamente en el alumnado.

Líneas Preferentes de Investigación:

- Marketing
- Economía Digital
- Comunicación
- Emprendimiento
- International Management
- Economía, Ética y Sociedad
- Innovación Docente y Nuevas Tecnologías en Educación Superior

Toda la información referente a la actividad investigadora de la Escuela se encuentra disponible en la siguiente sección web: <https://www.esic.edu/institucion/esic-business-marketing-school-impulsa-la-investigacion>.

El perfil del profesorado que ha intervenido en el Máster y su evolución en los últimos años se puede ver en la tabla siguiente:

PROFESORADO		Curso 2020/21	Curso 2021/22	Curso 2022/23	Curso 2023/24	Curso 2024/25
Catedráticos/as de Universidad	Total de efectivos	1	1	1	1	1
	N.º de créditos impartidos	1,95	1,80	3,50	1,50	1,50
	Porcentaje sobre el título	2,95 %	3,00 %	5,30 %	2,50 %	2,50 %
Profesorado Acreditado a titular o contratado doctor Universidad	Total de efectivos	8	10	11	8	7
	N.º de créditos impartidos	22,70	30,00	35,10	30,60	16,65
	Porcentaje sobre el título	34.39 %	50.00 %	53.18 %	51.00 %	27.75 %
Profesorado Doctor	Total de efectivos	22	21	21	15	17
	N.º de créditos impartidos	49,10	43,50	50,00	41,40	44,70
	Porcentaje sobre el título	74.39 %	72.50 %	75.76 %	69.00 %	74.50 %
Profesorado Tiempo completo	Total de efectivos	10	13	13	13	14
	N.º de créditos impartidos	18,55	24,00	40,60	39,00	39,00
	Porcentaje sobre el título	28.11 %	40.00 %	61.52 %	65.00 %	65.00 %
Profesorado Asociado	Total de efectivos	8	10	11	8	7
	N.º de créditos impartidos	47,45	36,00	25,40	21,00	21,00
	Porcentaje sobre el título	71,89%	60,00%	38,48%	35,00%	35,00%
Total de profesorado que ha participado en la docencia del Título		34	35	34	29	30
Total de créditos impartidos		66	60	66	60	60

PROFESORADO	Curso 2020/21	Curso 2021/22	Curso 2022/23	Curso 2023/24	Curso 2024/25
Total de profesorado que ha participado en la docencia del Título	34	35	34	29	30
N.º total de Doctores	22	21	21	15	17
Nº total de profesores a tiempo completo	10	13	13	13	14
Tasa PDI doctor	64,71 %	60,00 %	61,76 %	51,72 %	56,67 %
Tasa PDI tiempo completo	29,41 %	37,14 %	38,24 %	44,83 %	49,58 %
N.º de profesorado acreditado por ANECA o alguna de las Agencias de evaluación de las CC.AA., que no correspondan a funcionarios de carrera de los cuerpos docentes universitarios de universidades públicas	8	10	11	8	7
N.º Total de Sexenios del conjunto del profesorado	7	7	5	5	4

5. SISTEMA GARANTIA CALIDAD

El Sistema de Gestión de la Calidad de ESIC (SGC-ESIC) constituye el marco institucional que garantiza la mejora continua de la excelencia académica y de los servicios de la Escuela. Este sistema es una pieza fundamental para asegurar el cumplimiento de la Política y los Objetivos de Calidad definidos por la Dirección.

El SGC-ESIC tiene como objetivo principal establecer cómo ESIC, en su rol de Centro Universitario Adscrito, utiliza su estructura orgánica, sus reglamentos, procesos y criterios para mejorar la calidad de sus títulos y la eficacia de sus actividades formativas.

El alcance del sistema es amplio y abarca diversas divisiones, asegurando la calidad en:

- Oferta Formativa: Títulos universitarios (grado y posgrado).
- Servicios de Apoyo: Servicios complementarios y de apoyo a los académicos, incluyendo la actividad editorial.

El SGC-ESIC se centra en varios pilares para impactar directamente en la experiencia del estudiante y en el desarrollo institucional:

- Garantía de la Calidad de Títulos: Estableciendo metodologías rigurosas para el diseño, desarrollo y evaluación de los programas académicos.
- Profesorado: Definiendo criterios claros para la selección y promoción del personal docente, lo que garantiza un perfil de profesorado altamente cualificado y con experiencia profesional.
- Resultados del Aprendizaje: Monitoreando y mejorando la planificación y el desarrollo de la enseñanza para asegurar el logro de los objetivos y resultados de aprendizaje esperados.
- Implicación de los Stakeholders: Integrando a diferentes grupos de interés (estudiantes, empresas, egresados) en el diseño, desarrollo, evaluación y difusión de las actividades formativas, garantizando la pertinencia y la conexión con el entorno empresarial.

La filosofía de calidad de ESIC se plasma en una sistemática de trabajo rigurosa y en la asignación clara de responsabilidades en cada actividad, asegurando un funcionamiento eficaz de la organización y la calidad de los servicios prestados.

A continuación, se muestra Mapa de Procesos del Sistema de Calidad de ESIC según las Directrices AUDIT para las áreas de alcance de AUDIT (Grado y Postgrado).

<https://www.esic.edu/calidad/mapa-de-procesos-segun-directrices-audit>

Se pueden seguir los resultados del Sistema de Calidad de ESIC en Informe de Revisión del Sistema de Calidad anual que se encuentra publicado en la web corporativa en el siguiente enlace: <https://www.esic.edu/calidad/resu> [ltados](#)

Procedimientos y Mapa de Procesos de ESIC se pueden ver en el siguiente link:

<https://www.esic.edu/calidad/procedimientos>

6. GESTIÓN SATISFACCIÓN STAKEHOLDERS

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), cuyo origen se remonta a la Declaración de Bolonia de 1999, establece como criterio esencial para el aseguramiento de la Calidad la recogida sistemática de datos confiables. Estos datos deben permitir identificar de forma precisa tanto los aspectos consolidados del título y la institución, como aquellos que requieren la implementación de procesos de mejora. Un dato de interés fundamental para la evaluación es la satisfacción de los distintos grupos de interés estudiantes con la titulación y la institución en su conjunto.

En estricto cumplimiento con este criterio del EEES, ESIC implementa anualmente un Plan de Encuestas exhaustivo para medir la satisfacción de estos colectivos.

El resultado y la comparación con años anteriores aparece en las siguientes tablas:

a) Satisfacción del alumnado

- La evaluación de la docencia se realiza mediante una encuesta aplicada tras la finalización de las sesiones de cada profesor. El objetivo de calidad marcado para esta métrica es alcanzar una nota media global superior a 7 puntos sobre 10

Curso	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
MMGD	7.20	8.63	8.89	7.65

- Satisfacción global con la titulación

o Curso 2024/25

25	20	80 %
Alumnado Final	Respuestas Final	Tasa Final

Grupo de Preguntas	Pregunta	Promedio	Desv. Tip.	Mediana	Moda
➤ 01 Resultados del programa	Valora hasta qué punto el programa ha satisfecho tus expectativas	7,25	2,30	8	7
➤ 02 Organización del programa	Valora la Organización del programa en general	5,86	2,50	6	6
➤ 03 Estructura del Programa	Valora la Estructura del programa en general	6,80	1,97	7	8
➤ 04 Metodologías de Enseñanza	Valora la Metodologías de Enseñanza en general	7,49	1,86	8	7
➤ 05 Personal Docente	Valora al Personal Docente	7,65	1,31	8	8
➤ 06 Formación Integral	Valora la Formación Integral: (Profesional y Personal) en general	7,63	2,01	8	10
➤ 07 Trabajo Final	Valora el Trabajo Final en general	7,15	2,10	7	6/7
➤ 08 Programa cursado	Valora el Programa cursado en general	7,40	1,74	8	8
➤ 09 Atención recibida	Valora la Atención recibida en general	7,30	2,00	8	6/9
➤ 10 Experiencia en ESIC	Valora la Experiencia que has tenido en general en ESIC	7,15	1,77	7	8/7
➤ 11 UDP	Valora los Servicios UDP	8,53	1,33	8	10/8
➤ 12 Instalaciones	Valora las instalaciones del campus	7,90	1,87	8	10
➤ 13 Tecnología	Valora la tecnología del campus	7,60	1,85	8	6
Total		7,16	2,12	7	7

o Curso 2023/24

17	9	53 %
Alumnado Final	Respuestas Final	Tasa Final

Grupo de Preguntas	Pregunta	Promedio	Desv. Tip.	Mediana	Moda
➤ 01 Resultados del programa	Valora hasta qué punto el programa ha satisfecho tus expectativas	8,00	1,25	8	8
➤ 02 Organización del programa	Valora la Organización del programa en general	6,97	1,91	8	8
➤ 03 Estructura del Programa	Valora la Estructura del programa en general	7,19	1,25	8	8
➤ 04 Metodologías de Enseñanza	Valora la Metodologías de Enseñanza en general	8,07	1,73	9	9
➤ 05 Personal Docente	Valora al Personal Docente	8,89	1,29	9	10
➤ 06 Formación Integral	Valora la Formación Integral: (Profesional y Personal) en general	8,03	1,30	8	8
➤ 07 Trabajo Final	Valora el Trabajo Final en general	8,67	1,49	9	10
➤ 08 Programa cursado	Valora el Programa cursado en general	8,00	0,94	8	8
➤ 09 Atención recibida	Valora la Atención recibida en general	8,89	1,20	9	9
➤ 10 Experiencia en ESIC	Valora la Experiencia que has tenido en general en ESIC	8,33	1,25	8	8
➤ 11 UDP	Valora los Servicios UDP	8,50	2,55	10	10
➤ 12 Instalaciones	Valora las instalaciones del campus	7,67	1,70	8	8/10/6
➤ 13 Tecnología	Valora la tecnología del campus	8,00	1,41	7	7
Total		7,85	1,64	8	8

○ Curso 2022/23

16 Alumnado Final	8 Respuestas Final	50 % Tasa Final
-----------------------------	------------------------------	---------------------------

Grupo de Preguntas	Pregunta	Promedio	Desv. Tip.	Mediana	Moda
➤ 01 Resultados del programa	Valora hasta qué punto el programa ha satisfecho tus expectativas	8,50	0,71	8	8
➤ 02 Organización del programa	Valora la Organización del programa en general	6,75	1,20	7	7
➤ 03 Estructura del Programa	Valora la Estructura del programa en general	8,13	0,93	8	8
➤ 04 Metodologías de Enseñanza	Valora la Metodologías de Enseñanza en general	8,63	0,70	9	8
➤ 05 Personal Docente	Valora al Personal Docente	8,63	0,70	9	9
➤ 06 Formación Integral	Valora la Formación Integral: (Profesional y Personal) en general	8,75	0,83	9	9
➤ 08 Programa cursado	Valora el Programa cursado en general	8,13	0,60	8	8
➤ 09 Atención recibida	Valora la Atención recibida en general	8,88	1,05	9	10
➤ 10 Experiencia en ESIC	Valora la Experiencia que has tenido en general en ESIC	8,25	0,83	8	8
➤ 11 UDP	Valora los Servicios UDP	8,38	0,99	9	9
➤ 12 Instalaciones	Valora las instalaciones del campus	8,25	0,66	8	8
➤ 13 Tecnología	Valora la tecnología del campus	8,25	0,97	8	8
Total		8,29	1,01	8	8

b) Satisfacción del profesorado

	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
VALORACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL PROGRAMA	8.83	9.00		9.00
VALORACIÓN DE LOS MEDIOS DISPONIBLES	8.58	9.07		8.20
VALORACIÓN EN GENERAL DEL SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL PROGRAMA PARA SU ACTIVIDAD EN EL PROGRAMA	10.00	9.21		8.64

	2023/2024
LA DIRECCIÓN DEL/LOS PROGRAMA/S EN LOS QUE HE COLABORADO HAN DESARROLLADO UN LIDERAZGO QUE HA FACILITADO MI LABOR DOCENTE	8.28
LA COORDINACIÓN DEL/LOS PROGRAMA/S HA FACILITADO EL ADECUADO DESARROLLO DE MIS SESIONES	8.59
ME SIENTO PARTE DEL PROYECTO ESIC BUSINESS SCHOOL & MARKETING SCHOOL	8.39
VALORA TU GRADO DE COMPROMISO E IMPLICACIÓN CON EL PROYECTO DE ESIC BUSINESS SCHOOL & MARKETING SCHOOL	9.15

c) Satisfacción PAS

	2020/21	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25
COMUNICACIÓN Y GESTIÓN	*	8.33	8.33	7.64	8.13
RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS	*	8.33	5.00	6.32	6.07

7. PRINCIPALES INDICADORES

Se presenta a continuación la tabla con la evolución de los principales indicadores académicos, así como de oferta y demanda de la titulación.

	Curso 2020-2021	Curso 2021-2022	Curso 2022-2023	Curso 2023-2024	Curso 2024-2025
Nº. de plazas por curso	35	35	35	35	35
Nº de estudiantes de nuevo ingreso por curso académico	15	13	14	16	24
Ratio nº estudiantes/profesor	0.42	0.38	0.41	0.53	0.77
Tasa de graduación	87%	85%	88%	88%	N/A*
Tasa de abandono	13%	12%	12%	12%	N/A*
Tasa de eficiencia	100%	97%	100%	100%	N/A*
Tasa de rendimiento	95%	94%	97%	96%	N/A*

Fuente: Área Postgrado de ESIC