



INFORME ANUAL 2024/2025

# Máster Universitario en Dirección de Marketing



# INFORME ANUAL DE TITULACIÓN

1.	PLANIFICACIÓN.....	4
	Justificación de la demanda del Título .....	4
	Perfil de Entrada y Perfil de Salida. ....	4
	Plan de Estudios.....	7
	Cambios introducidos en el Plan de Estudios .....	8
	Guías Docentes .....	9
	Movilidad Internacional.....	9
	Prácticas Académicas Externas (Curriculares) .....	12
2.	RECURSOS .....	13
	Personal Docente.....	13
	Actividad Investigadora .....	13
	Para el Alumnado.....	15
	Personal Técnico, de Gestión y de Administración y Servicios (PTGAS) .....	16
	Recursos Materiales e Infraestructuras .....	17
3.	RESULTADOS Y MEJORA.....	19
	Sistema de Garantía Interna de Calidad en la Titulación .....	19
	Comisión Académica de Titulación.....	19
	Comité Ejecutivo de la Universidad.....	20
	Reuniones Delegados .....	20
4.	EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE .....	21
	Distribución de calificaciones. Tasas.....	21
	Resultados por Asignatura .....	21
	Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés.....	24
5.	RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA .....	35
	Grado de implantación .....	35
6.	PLAN DE MEJORA .....	35
	Mejoras implantadas durante el curso .....	35
	Propuestas de mejora para el curso siguiente.....	36

## OBJETIVO DEL INFORME

El objetivo del presente Informe es reflejar el seguimiento adecuado de la Titulación realizado por la Comisión de Titulación, regida según se detalla en la Política de Comisión de Titulación de ESIC Universidad en el Sistema Interno de Garantía de Calidad (SIGC) de la Universidad.

El Informe, entre otros datos de interés, aporta un análisis cualitativo y cuantitativo exhaustivo, sus valoraciones y propuestas de mejora. Además, el informe aportará toda la información relativa a la Titulación y a los servicios no académicos que deban apoyar al estudiantado de esta.

En base a los datos arrojados en este informe, el Vicerrectorado de Política Académica y Profesorado propondrá Objetivos Académicos para la Titulación para el siguiente curso académico, y posteriores, y sobre los cuáles la Comisión de Titulación hará seguimiento y velará por el cumplimiento de los mismos implicando a los responsables que corresponda.

El responsable en la Universidad de gestionar y comunicar este Informe al Vicerrectorado es la Dirección de la Comisión de Titulación que corresponda.

Este informe es parte de las evidencias de la gestión académica llevada a cabo en la Universidad, declarado en el SIGC, bajo el modelo SISCAL de la Fundación para el Conocimiento Madri+d ([Guía SISCAL](#))

# 1. PLANIFICACIÓN

## Justificación de la demanda del Título

La justificación del Título responde a la demanda del mismo.

### Relación Oferta-Demanda de la Titulación

	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025
Plazas Ofertadas (A)	42	42	42	100
Plazas Demandadas (B)	ND	157	110	204
Ratio: Relación B/A	ND	373,8%	261,9%	204%

(Nota: Desglose por año académico de referencia)

Fuente: Admisiones ESIC Universidad

## Perfil de Entrada y Perfil de Salida.

El acceso a las enseñanzas oficiales de Máster se rige por el artículo 18 del RD 822/2021

- La posesión de un título universitario oficial de Graduada o Graduado español o equivalente es condición para acceder a un Máster Universitario, o en su caso disponer de otro título de Máster Universitario, o títulos del mismo nivel que el título español de Grado o Máster expedidos por universidades e instituciones de educación superior de un país del EEES que en dicho país permita el acceso a los estudios de Máster.
- De igual modo, podrán acceder a un Máster Universitario del sistema universitario español personas en posesión de títulos procedentes de sistemas educativos que no formen parte del EEES, que equivalgan al título de Grado, sin necesidad de homologación del título, pero sí de comprobación por parte de la universidad del nivel de formación que implican, siempre y cuando en el país donde se haya expedido dicho título permita acceder a estudios de nivel de postgrado universitario. En ningún caso el acceso por esta vía implicará la homologación del título previo del que disponía la persona interesada ni su reconocimiento a otros efectos que el de realizar los estudios de Máster.
- Las universidades o los centros regularán la admisión en las enseñanzas de Máster Universitario, estableciendo requisitos específicos y, en caso de ser necesarios, complementos formativos, cuya carga en créditos no podrá superar el equivalente al 20 por ciento de la carga crediticia del título. Los créditos de complementos formativos tendrán la misma consideración que el resto de los créditos del plan de estudios del título de Máster Universitario.

## Datos de Matrícula y Perfil de Ingreso

ESIC Universidad, como universidad privada, se rige por su normativa vigente.

A continuación, se detallan los datos generales de los perfiles de ingreso del Título.

	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025	
Nº Plazas Ofertadas	42	42	42	100	
Estudiantes matriculados de nuevo ingreso	10	25	40	38	17
Estudiantes requieren Complementos Formativos	No	No	No	No	
Estudiantes matriculados de nuevo ingreso a tiempo completo	10	25	40	38	17
Estudiantes matriculados de nuevo ingreso a tiempo parcial	0	0	0	0	
Tasa De Cobertura	23,8%	59,5%	95,2%	55,0%	
Estudiantes matriculados de nuevo ingreso (hombres)	2	12	17	7	4
Estudiantes matriculados de nuevo ingreso (mujeres)	8	13	23	31	13
% Matriculados de nuevo ingreso (hombres)	20%	48%	42,5%	18,4	23,5%
% Matriculados de nuevo ingreso (mujeres)	80%	52%	57,5%	81,6%	76,5%
% Matriculados de nuevo ingreso extranjeros	50%	76%	57,5%	63%	82%

(Nota: Desglose por año académico de referencia)

Fuente: Secretaría ESIC Universidad

El alumnado del título que desee convalidar o adaptar asignaturas cursadas en otras Universidades o centros de carácter oficial, deberán cumplir los requisitos que la Universidad exige para dichas convalidaciones o adaptaciones y solicitarlas en los plazos que marque la Universidad.

La normativa oficial de reconocimiento y transferencias de créditos de ESIC Universidad se puede consultar a través de la web: <https://www.esic.edu/university/normativa>

## Fortalezas y logros alcanzados

El curso 2024/2025 ha supuesto un hito relevante para el Máster, con la aprobación en septiembre de 2024 de la modificación de la memoria verificada. Entre los cambios más significativos destaca el incremento de las plazas ofertadas, que pasan de 42 a 100, estructurándose en dos grupos: el primero con inicio en septiembre y el segundo en abril. Esta ampliación responde a una demanda consistentemente superior a la oferta, con ratios de cobertura que han llegado al 373,8% en cursos anteriores, y consolida la capacidad del título para atender un mercado creciente de estudiantes interesados en la dirección de marketing.

## Debilidades y acciones de mejora adoptadas o a adoptar (plan de mejora)

Al aprobarse la modificación de memoria en septiembre de 2024, los complementos formativos no pudieron aplicarse al alumnado matriculado en el curso 2024/2025, ya que el proceso de admisión de dicha cohorte se había desarrollado bajo los criterios de la memoria anterior. Esta situación, si bien comprensible en términos procedimentales, pone de manifiesto la necesidad de anticipar con mayor margen temporal los cambios normativos que afectan a los perfiles de admisión.

Por lo que se mantiene la propuesta de mejora declara en el informe del curso 2023/2024.

**Mejora:** Incluir complementos formativos

**Acciones a desarrollar:** Solicitud de modificación de título

**Responsables:** Dirección de Titulación

**Procedencia de la Mejora:** Vicerrectorado de Calidad

**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing

**Tiempo de realización** 2025

**Indicador:** Nº de Complementos Formativos incluidos en la Memoria

**Código:** 2023.Memoria.MUDM.001

## Tasa de Abandono

A continuación, se detalla la Tasa de Abandono por Cohorte de Entrada del alumnado del Máster Universitario en Dirección de Marketing

	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025*
Tasa de Abandono	0%	0%	2,5	NP*

(Nota: Desglose por Cohorte de Entrada)

Fuente: Secretaría ESIC Universidad

\*En 2026/2027 se dispondrá de la tasa de abandono

- **Tasa de Abandono:** Porcentaje de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso en el curso X, matriculados en el título T, que sin haberse graduado en ese título no se han matriculado en el curso X+1 ni en el curso X+2.

## Tasa de Graduación

A continuación, se detalla el porcentaje de estudiantes del Máster que finalizan sus estudios en el tiempo establecido o en el tiempo establecido + 1 año.

	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025**
Tasa de Graduación	100%	100%	95,0%	89,5%

(Nota: Desglose por Cohorte de Entrada)

Fuente: Secretaría ESIC Universidad

\*En 2025/2026 se dispondrá de la tasa de graduación definitiva

- **Definición Tasa de Graduación:** Porcentaje de estudiantes que finalizan la enseñanza en el tiempo previsto en el plan de estudios (d) o en un año académico más (d+1) en relación con su cohorte de entrada.

## Objetivos y Orientación Profesional de la Titulación

En ESIC Universidad, la empleabilidad y el desarrollo profesional y directivo de nuestros alumnos, es un objetivo estratégico en un doble sentido:

- Dotando al alumnado de todos los conocimientos y herramientas necesarias para que sean más empleables y/o tengan un mejor desarrollo profesional,
- Ayudándoles y apoyándoles, a través de los departamentos de Prácticas y Salidas Profesionales, para que realicen prácticas en empresas (durante sus estudios) y/o para que encuentren su primer empleo o desarrollen su carrera profesional.

### Objetivos del Máster

- [Estrategia y visión competitiva en marketing](#)

El estudiante desarrollará una visión estratégica del marketing, comprendiendo su papel en el crecimiento empresarial y en la creación de ventajas competitivas.

- [Decisiones inteligentes basadas en datos](#)

Aprenderá a tomar decisiones basadas en datos, aplicando herramientas de analítica, inteligencia de mercado y modelos predictivos

- [Branding y experiencia del cliente](#)

Será capaz de gestionar marcas y optimizar la experiencia del cliente, creando estrategias de branding, comunicación y fidelización.

- [Innovación y transformación digital en marketing](#)

Dominará la digitalización y la innovación en marketing, incorporando tecnologías como inteligencia artificial, automatización y omnicanalidad.

- [Liderazgo y gestión estratégica de equipos](#)

Desarrollará habilidades de liderazgo y gestión de equipos, aprendiendo a coordinar departamentos de marketing y comerciales con una visión estratégica.

- **Marketing global y adaptación al cambio**

Se preparará para afrontar los nuevos retos del marketing global, adquiriendo la capacidad de adaptación y transformación en mercados locales e internacionales en constante evolución.

### Fortalezas y logros alcanzados

En relación con las tasas de abandono y de graduación, se destacan los resultados obtenidos en el Máster desde la implantación del título en 2021.

El Máster mantiene una orientación profesional sólida y reconocible, articulada en torno a seis ejes competenciales —estrategia, analítica, branding, digitalización, liderazgo e internacionalización— que responden con coherencia a los perfiles que demanda el mercado actual del marketing. La empleabilidad es un objetivo estratégico explícito de ESIC Universidad, materializado a través del Departamento de Prácticas y Salidas Profesionales. Los resultados del curso 2024/2025 refuerzan esta orientación: 36 estudiantes han realizado prácticas externas curriculares con una calificación media de 8,7 y una tasa de superación del 94,4%, y 10 de los 25 tutores externos que respondieron a la encuesta indicaron haber ofrecido una incorporación laboral al finalizar las prácticas.

### Debilidades y acciones de mejora adoptadas o a adoptar (plan de mejora)

El principal reto identificado en este ámbito es la brecha observada entre las expectativas iniciales del alumnado y su valoración al finalizar el programa. La encuesta de satisfacción final refleja una puntuación de 6,6 de media general, frente al 8,0 de la encuesta intermedia, con descensos especialmente marcados en ítems relacionados con la coordinación docente y la publicación de calificaciones. Si bien los objetivos formativos del título están bien definidos y son pertinentes, su traducción en experiencia percibida por el estudiante requiere atención. Desde la Dirección de Titulación se propone la siguiente mejora: identificado este seguimiento como prioridad para el curso 2025/2026, con reuniones de escucha activa como acción principal.

**Mejora:** Mejorar la satisfacción del alumnado con la titulación.

**Acciones a desarrollar:** Seguimiento especial por parte de la Dirección de Titulación, manteniendo reuniones de escucha activa.

**Responsables:** Dirección de Titulación

**Procedencia de la Mejora:** Comisión de Titulación

**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing

**Tiempo de realización** 2025

**Indicador:** Valoración media de la satisfacción

**Código:** 2023.Memoria.MUDM.003

### Plan de Estudios

El plan de estudios conducente a la obtención del Máster Universitario en Dirección de Marketing se articula en 60 créditos (30 créditos por semestre) y está adscrito a la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas.

Tipo de Asignaturas	Créditos
Obligatorias	48
Optativas	0
Prácticas Externas	6
Trabajo Fin de Grado	6
<b>Créditos Totales</b>	<b>60</b>

La información del Máster se puede verificar en el Registro de Universidades, Centros y Títulos (RUCT)  
[RUCT: Máster](#)

Toda la información del Título se puede ver en la web corporativa:

- Máster Universitario en Dirección de Marketing

<https://www.esic.edu/master-universitario-en-direccion-de-marketing>

## Cambios introducidos en el Plan de Estudios

Las verificaciones, modificaciones y reacreditaciones las realiza la Fundación para el conocimiento Madri+d. El Máster se verificó a principios del 2021 y se implanta en septiembre de ese mismo año con el inicio de la actividad de ESIC Universidad.

En 2024 se presenta a la Fundación Madri+d una modificación del Máster cuyo objetivo es, entre otros, la adaptación del título al RD 822/2021. En dicha modificación se plantea:

Incremento de nº de plazas ofertadas, pasando de 42 a 100

Modificación del nº de ECTS reconocidos por experiencia profesional, pasando de 9 a 6 ECTS.

Modificación en el Plan de Estudios, y revisión de algunos contenidos de asignaturas.

Todas las modificaciones presentadas y aprobadas se pueden en la página web del título, en el siguiente link: [Modificación 2024](#)

## Fortalezas y logros alcanzados

La modificación aprobada en septiembre de 2024 ha permitido actualizar el plan de estudios adaptándolo al RD 822/2021, con una revisión de contenidos de asignaturas que refuerza la coherencia entre los objetivos formativos declarados y la propuesta curricular. La reducción de los ECTS reconocibles por experiencia profesional, de 9 a 6, responde a criterios de rigor académico y alineación normativa. En conjunto, las modificaciones introducidas dotan al título de una base verificada más sólida y actualizada, que servirá de referencia estable para los próximos cursos.

## Debilidades y acciones de mejora adoptadas o a adoptar (plan de mejora)

La concentración de cambios normativos y estructurales en un mismo curso ha supuesto una carga de gestión considerable. La aprobación de la modificación en el plan de estudios y su posterior publicación en el RUCT en septiembre de 2024 generó una implantación con márgenes de tiempo ajustados que tuvo consecuencias prácticas: los complementos formativos no pudieron aplicarse al alumnado ya matriculado, algunas guías docentes mantuvieron transitoriamente elementos de la memoria anterior, y fue necesario reajustar la planificación semestral de ciertas asignaturas para equilibrar la carga lectiva y facilitar el inicio de las prácticas externas. Estas situaciones, comprensibles en un proceso de modificación de esta envergadura, señalan la conveniencia de establecer calendarios de implantación con mayor margen, que permitan trasladar los cambios curriculares con la debida anticipación tanto a la gestión académica como al alumnado.

**Mejora:** Establecer calendarios de implantación de modificaciones que permitan una adecuada implantación

**Acciones a desarrollar:** Calendario de solicitud de modificación

**Responsables:** Vicerrectorado de Política Académica y Profesorado

**Procedencia de la Mejora:** Comisión de la Titulación

**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing

**Tiempo de realización** 2026

**Indicador:** Fecha de publicación modificación en el RUCT

**Código:** 2024.Memoria.MUDM.001

## 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 en cada una.

Existe una única guía por Asignatura y Titulación, independientemente del número de profesores que impartan la asignatura.

Todas las Guías Docentes están publicadas en la página web del Título y son visibles a cualquier persona que quisiese acceder a ellas. Dichas guías cumplen la normativa fijada y Memoria vigente.

Las Guías Docentes incluyen la siguiente información:

- Datos del Profesorado
  - Atención a la Diversidad Funcional / Necesidades Educativas Especiales (NEE)
- Descripción y Contenidos de la Asignatura
- Objetivos y Resultados de Aprendizaje
- Competencias
- Actividades Formativas
  - Metodologías Docentes
- Sistemas de Evaluación
- Programa de la Asignatura
- Cronograma
- Fuentes de Información Recomendada

Se puede acceder a las Guías Docentes de las asignaturas del Máster, en el siguiente link:

[Guías Docentes del Máster](#)

## Movilidad Internacional

El Vicerrectorado de Relaciones Internacionales de ESIC Universidad es el máximo responsable del diseño, ejecución y seguimiento de las actividades académicas internacionales a través de sus dos unidades.

Por un lado, la Dirección de Programas Internacionales que coordina las relaciones académicas internacionales de la Universidad y es responsable del diseño de los programas de corta duración (Summer Camps, Summer Courses y Study Tours), y de aquellos programas de larga duración (Dual, Double y Joint Degrees) que la Universidad pone en marcha para favorecer la visión y la experiencia internacional de nuestro alumnado.

Por otro, la Oficina de Relaciones Internacionales, encargada de la atención al alumnado internacional tanto Incoming como Outgoing en todos estos programas y, especialmente dedicada a la gestión y cumplimiento de los procesos de movilidad internacional del alumnado de nuestros grados y máster universitarios.

Por tanto, es responsabilidad de este Vicerrectorado colaborar activamente para favorecer la construcción de un nuevo espacio europeo y cumplir así uno de los objetivos de la política general de la Universidad. Para ello, facilita información y asesoramiento a la comunidad universitaria sobre las diferentes acciones de formación en el ámbito internacional de la educación superior y gestiona y desarrolla los programas, tanto internacionales como nacionales, de movilidad de estudiantes y profesores. En la página web de la Universidad, se puede encontrar toda la información referente a la movilidad en el ámbito universitario.

ESIC Universidad participa activamente en los programas de movilidad del alumnado tanto a nivel internacional como nacional y dispone de la ECHE con código Erasmus E MADRID232. [https://www.esic.edu/sites/default/files/2022-02/ECHE\\_ESIC\\_University.pdf](https://www.esic.edu/sites/default/files/2022-02/ECHE_ESIC_University.pdf)

La Universidad, dentro del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), participa en el Programa de Aprendizaje Permanente – **Erasmus+** (*Lifelong Learning Programme* - Erasmus).

Erasmus+ es el programa de la UE para apoyar la educación, la formación, la juventud y el deporte en

Europa. Y para el período 2021-2027, el programa hace especial hincapié en la inclusión social, las transiciones ecológica y digital, y el fomento de la participación de las personas jóvenes en la vida democrática.

La Oficina de Relaciones Internacionales (ORI) de ESIC Universidad gestiona un modelo integral de movilidad internacional estructurado en tres espacios diferenciados, cada uno con objetivos pedagógicos y operativos específicos.

### **Movilidad de Corta Duración: Blended Intensive Programs (BIP)**

#### Descripción:

Programas de movilidad intensivos de corta duración (7-10 días) en universidades europeas socias de ESIC, combinando componentes virtuales con presencia intensiva en el destino.

#### Normativa:

Erasmus+ KA131 (Movilidad de Estudiantes) y KA171 (Movilidad Global)

#### Destinos 2024/2025:

Berlín, Lisboa, Bratislava, Varsovia, Fontys (Holanda), Lituania

#### Participación:

10 estudiantes del Máster Universitario en Dirección de Marketing

#### Valor añadido:

Flexibilidad temporal para trabajadores y estudiantes con dedicación compartida.

Impacto transformador: Hace tres años, la participación en movilidad de másteres era prácticamente cero (<5%). En el curso 2024/2025, el programa BIP ha movilizado a 69 estudiantes en total, representando un crecimiento exponencial y consolidándose como el producto de movilidad más demandado por nuestros estudiantes.

### **Movilidad de Semestre Completo**

#### Descripción:

Movilidad de larga duración (un semestre académico) en universidades europeas bajo acuerdos bilateral Erasmus+.

#### Normativa:

Erasmus+ KA131 — gestión equivalente a la de movilidad de grados oficiales.

#### Requisitos:

Acreditación de nivel B2 en idioma destino; reconocimiento académico de créditos ECTS.

#### Disponibilidad:

Permanentemente disponible para estudiantes que deseen una experiencia académica más inmersiva y prolongada.

### **Prácticas Erasmus (Post-Grado)**

#### Descripción:

Prácticas en empresas u organismos europeos accesibles hasta 12 meses después de la obtención del título de máster.

#### Normativa:

Erasmus+ KA131 — Movilidad de Prácticas

#### Duración:

De 2 semanas a 12 meses

#### Requisitos de idioma:

B2 en idioma destino

#### Plan de mejora 2025:

Campaña de promoción activa + programas de apoyo lingüístico para incrementar la participación, particularmente entre estudiantes internacionales de Latinoamérica cuya prioridad actual es la inserción laboral en España.

### **Justificación del Modelo de Tres Espacios**

#### Diversidad de estudiantes:

El alumnado de másteres presenta perfiles heterogéneos — trabajadores en activo, estudiantes de dedicación completa, profesionales de recualificación. Un único modelo de movilidad es insuficiente.

#### Accesibilidad pedagógica:

BIP ofrece impacto formativo intenso sin requisitos de semestre completo; semestre completo proporciona inmersión total; prácticas conectan con objetivos profesionales post-graduación.

#### Adopción y demanda:

La preferencia del 95% de estudiantes por BIP sobre semestre completo valida este modelo como estrategia óptima de internacionalización accesible.

#### Alineación con objetivos Erasmus+:

Inclusión, flexibilidad, sustentabilidad y competencias transversales (plurilingüismo, interculturalidad, empleabilidad).

En el curso académico 2024/2025, 10 estudiantes del Máster Universitario en Dirección de Marketing han realizado movilizaciones de corta duración en el marco del programa BIP. El destino en el que ha participado el alumnado del Máster ha sido Lisboa (IPAM), al que acudieron los 10 estudiantes del Máster

### Fortalezas y logros alcanzados

El principal logro en materia de movilidad durante el curso 2024/2025 ha sido la consolidación del programa BIP (Blended Intensive Programme) como modalidad preferente para el alumnado del Máster. Frente a la práctica inexistencia de movilidad en másteres hace tres años —con una participación inferior al 5%—, el programa BIP ha movilizó a 69 estudiantes en total en este curso, representando un crecimiento exponencial. Este formato, que combina una fase online con una estancia presencial de corta duración, se adapta con especial acierto al perfil del alumnado de máster —con frecuencia profesionales en activo—, eliminando las barreras que supone una movilidad de semestre completo sin renunciar al impacto formativo e intercultural. Para el MUDM en particular, 10 estudiantes participaron en destinos como Lisboa (IPAM), consolidando así la internacionalización como una dimensión real y accesible del programa.

### Debilidades y acciones de mejora adoptadas o a adoptar (plan de mejora)

Si bien la consolidación del BIP como formato preferente responde con acierto al perfil actual del alumnado del Máster, constituye también una oportunidad de desarrollo para los próximos cursos. La participación en modalidades de mayor duración —semestre completo y prácticas Erasmus post-grado— sigue siendo marginal, y ampliar su uso entre los estudiantes con dedicación completa representa un vector de internacionalización todavía poco explorado.

Por otro lado, es necesario conocer la satisfacción del alumnado que realiza estos programas de movilidad con el objetivo de detectar mejoras en el proceso, así como fomentar los puntos fuertes percibidos por los estudiantes.

**Mejora:** Conocer la Satisfacción del alumnado del Máster con los programas de movilidad

**Acciones a desarrollar:** Encuestas de satisfacción de los programas de movilidad

**Responsables:** Vicerrectorado de Relaciones Internacionales y Vicerrectorado de Calidad

**Procedencia de la Mejora:** Comisión de Titulación

**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing

**Tiempo de realización** 2025/2026

**Indicador:** Satisfacción media con los programas de movilidad

**Código:** 2024.Memoria.MUDM.002

## Prácticas Académicas Externas (Curriculares)

Las prácticas académicas externas tienen como objetivo permitir a los estudiantes aplicar de una forma profesional los conocimientos adquiridos en su formación académica. Los estudiantes podrán de este modo conocer la metodología de trabajo, desarrollar y adquirir las competencias del Título y obtener una experiencia práctica que les facilite su inserción en el mercado de trabajo.

	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025
DURACIÓN MEDIA DE LAS PRÁCTICAS (HORAS)	150	150	150	150
N.º DE ESTUDIANTES MATRICULADOS	10	24	37	36
N.º DE ESTUDIANTES APROBADOS	10	22	37	34
CALIFICACIÓN MEDIA	9,3	8,4	8,9	8,7
TASA DE SUPERACIÓN	100,0%	91,7%	100,0%	94,4%

(Nota: Desglose por año académico de referencia)

Fuente: Departamento Académico de Prácticas Externas

En la web corporativa del Título se puede ver el detalle de algunas de las Empresas donde los estudiantes del Máster han realizado prácticas académicas externas.

Accede a través del siguiente enlace:

<https://www.esic.edu/master-y-postgrado/master-universitario-en-direccion-de-marketing>

## Fortalezas y logros alcanzados

De los 38 estudiantes matriculados en el Máster, 36 cursaron las prácticas académicas externas, dado que 2 obtuvieron reconocimiento de créditos por experiencia profesional acreditada. De los 36, 34 las superaron satisfactoriamente, con una calificación media de 8,7 y una tasa de superación del 94,4%, en línea con la trayectoria de excelencia de cursos anteriores. Las prácticas se han desarrollado en empresas de perfil diverso, con predominio de compañías del sector de marketing, comunicación y consultoría, lo que garantiza una exposición profesional directamente alineada con los objetivos del título.

La satisfacción de los tutores externos han valorado positivamente tanto la adaptación de los estudiantes a sus entornos laborales como la utilidad del trabajo realizado, con una media global superior a 8,5.

## Debilidades y acciones de mejora adoptadas o a adoptar (plan de mejora)

La principal debilidad identificada en el ámbito de las prácticas es la baja tasa de respuesta a la encuesta de satisfacción del alumnado, que se sitúa en el 2,78% pese a contar con 36 estudiantes encuestados. Este dato limita la representatividad de los resultados y dificulta extraer conclusiones robustas sobre la experiencia en empresa. En paralelo, la ausencia de respuestas a la encuesta del tutor académico impide disponer de una visión completa del triángulo formativo estudiante-tutor externo-tutor académico. Para el curso 2025/2026 se propone reforzar los mecanismos de activación de las encuestas, incorporando recordatorios activos desde la Dirección de Titulación y contextualizando al alumnado la utilidad de su participación para la mejora del programa.

**Mejora:** Incremento en la tasa de respuesta tanto de las encuestas realizadas al alumnado como al tutor académico, referente a las prácticas académicas externas.

**Acciones a desarrollar:** Fomentar la participación a través de recordatorios desde Dirección del Título, así como informar sobre la importancia de la participación en dicho proceso.

**Responsables:** Dirección del Máster

**Procedencia de la Mejora:** Vicerrectorado de Calidad

**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing

**Tiempo de realización** 2025/2026

**Indicador:** Tasa de respuesta

**Código:** 2024.Memoria.MUDM.003

## 2. RECURSOS

### Personal Docente

Las titulaciones del Personal Docente e Investigador de ambos idiomas son: Titulares, Doctores Acreditados, Doctores, Licenciados y Graduados.

Un factor diferencial del profesorado de ESIC Universidad es que una gran parte de sus docentes son profesionales de la empresa que han adquirido además el perfil académico e investigador, aportando así, no solo transmisión de conocimientos y habilidades bajo marco teórico, sino también bajo marco profesional.

A continuación, se detalla el profesorado del Título en el curso académico 2024/2025

#### Perfil Profesorado

Categoría	Número de profesores		ECTS impartidos		Años totales de experiencia docente	Sexenios	
	Cantidad	% sobre el total	Cantidad	% sobre el total			
Profesores con Dedicación Exclusiva	Total	17	53,1%	35,8	58,6%	377	10
	Doctores	1	16,7%	0,3	3,6%	11	0
	Acreditados	15	88,2%	32,8	89,6%	343	10
Profesores con Dedicación Plena	Total	7	21,9%	14,2	23,3%	88	1
	Doctores	1	16,7%	3,5	41,9%	13	0
	Acreditados	2	11,8%	3,8	10,4%	33	1
Profesores a Tiempo Parcial	Total	8	25,0%	11,1	18,1%	82	0
	Doctores	4	66,7%	4,6	54,5%	53	0
	Acreditados	0	0,0%	0	0,0%	0	0
TOTAL PROFESORES	TOTAL	32	100,0%	61,1	100,0%	547	11
	Doctores	6	18,8%	8,4	13,7%	77	0
	Acreditados	17	53,1%	36,6	59,9%	376	11

Fuente: Ordenación Académica de ESIC

Los datos referentes al profesorado del Título se pueden ver en el siguiente enlace:

<https://www.esic.edu/master-universitario-en-direccion-de-marketing#plan1>

### Actividad Investigadora

Desde el Vicerrectorado de Investigación e Innovación se impulsa la investigación científica aplicada en las áreas de especialización de ESIC Universidad: gestión empresarial, marketing y transformación digital.

Además, se desarrollan iniciativas innovadoras para impactar en la formación del conjunto de estudiantes. Proponiendo nuevos enfoques y actividades que refuercen su experiencia la Universidad.

### Grupos de Investigación

Los grupos de investigación son la base de la actividad investigadora de nuestra universidad. Generan la mayor parte de nuestra producción científica e impulsan proyectos de investigación competitivos y con empresas.

Más información: <https://www.esic.edu/university/investigacion/grupos-de-investigacion>

### Laboratorios

Los diferentes laboratorios de la Universidad están dedicados al desarrollo de proyectos de investigación en diferentes áreas. Asimismo, colaboran en la docencia del conjunto de departamentos y con los grupos de investigación existentes en la universidad. A los laboratorios también tiene acceso el estudiantado en función de sus necesidades concretas derivadas de asignaturas o trabajos relacionados.

Más información: <https://www.esic.edu/university/investigacion/laboratorios>

## Transferencia de Resultados y Proyectos de Investigación

La Oficina de Transferencia de los Resultados de Investigación de ESIC University es un servicio técnico que tiene como misión promover y potenciar la relación entre la actividad investigadora y el entorno empresarial y social, facilitando la transferencia de los resultados generados por su comunidad científica, y prestando apoyo técnico a sus Grupos de Investigación en la captación de fondos, para el desarrollo de sus actividades de I+D+i y de colaboración empresarial.

Es el organismo especializado en transferir los conocimientos innovadores desde la Universidad hacia el sector productivo y detectar las necesidades de tecnología e innovación de la empresa.

Más información: <https://www.esic.edu/university/investigacion/transferencia-de-resultados>

## Revistas

ESIC Universidad promueve el conocimiento y su difusión a través de diferentes publicaciones académicas fuertemente ligadas a la institución. Dichas cabeceras, con una larga trayectoria y sólida reputación, son una extensión lógica del esfuerzo y empeño de ESIC con la investigación.

Más información: <https://www.esic.edu/university/investigacion/revistas-cientificas>

## Innovación

Desde la dirección de Innovación, dependiente del Área de Investigación e Innovación se trabaja en tres aspectos esenciales: el seguimiento del plan anual de innovación, la experiencia extracurricular del estudiante y la potenciación de las actividades vinculadas a los estudiantes que han obtenido el reconocimiento de Excelentes.

Más información: <https://www.esic.edu/university/investigacion/innovacion>

En la siguiente tabla se puede ver la evolución del número de publicaciones de impacto del Personal Docente e Investigador de la Universidad, desde el comienzo de la actividad como Universidad Privada.

	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025
JCR	13	49	82	84
SCOPUS	5	63	109	103

Fuente: Vicerrectorado de Investigación de ESIC Universidad

Para conocer con mayor detalle la actividad investigadora de ESIC y del Personal Docente, ver en el siguiente link: <https://www.esic.edu/institucion/esic-business-marketing-school-impulsa-la-investigacion>.

## Fortalezas y logros alcanzados

El personal docente del Máster combina perfil académico y experiencia profesional activa, lo que refuerza la orientación aplicada del programa. La actividad investigadora de ESIC Universidad muestra una tendencia de crecimiento sostenido, con publicaciones JCR que han pasado de 13 en 2021/2022 a 84 en 2023/2024, y publicaciones SCOPUS que han crecido de 5 a 103 en el mismo periodo. En cuanto a la valoración docente, los datos de satisfacción del alumnado recogidos en el apartado 4 del informe reflejan una puntuación media de 8,09, con una mediana de 9,0, siendo el ítem mejor valorado la capacidad del profesorado para motivar al alumnado. La satisfacción del propio profesorado con la titulación alcanza una media de 9,2, con valoraciones especialmente altas en el desarrollo del temario previsto (9,8) y la realización de actividades de evaluación (9,8).

## Debilidades y acciones de mejora adoptadas o a adoptar (plan de mejora)

La principal área de mejora identificada en el ámbito docente es la coordinación entre el profesorado, cuya valoración por parte del alumnado en la encuesta final se sitúa en 4,3 sobre 10, el ítem más bajo de toda la evaluación. Este resultado, consistente con la puntuación de 5,8 ya registrada en la encuesta intermedia, indica que se trata de una debilidad estructural y no coyuntural. La Dirección de Titulación deberá abordar este aspecto con carácter prioritario para el curso 2025/2026, mediante mecanismos de coordinación docente formalizados y seguimiento periódico entre el profesorado del programa.

**Mejora:** Incrementar la satisfacción media del alumnado con la coordinación docente  
**Acciones a desarrollar:** Reforzar los mecanismos de coordinación docentes, así como seguimiento periódico entre el profesorado.  
**Responsables:** Dirección del Máster  
**Procedencia de la Mejora:** Comisión de Titulación  
**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing  
**Tiempo de realización** 2025/2026  
**Indicador:** Satisfacción media del alumnado con la coordinación docente del máster  
**Código:** 2024.Memoria.MUDM.004

## Para el Alumnado

### Proyecto Diversidad

Proyecto Diversidad de ESIC apuesta por ser un centro formativo inclusivo, propiciando una sociedad con igualdad de oportunidades y la no discriminación de las personas.

El colectivo al que ESIC desea acercar a sus aulas es a la persona que, por su género, raza, procedencia, religión, o diversidad funcional, está siendo discriminada en un entorno empresarial. Además, el Proyecto Diversidad contempla al colectivo de personas con diversidad funcional (que acredite legalmente una discapacidad igual o superior al 33%).

Apoyo al alumnado con Diversidad Funcional y/o Necesidades Educativas Especiales.

ESIC ofrece un servicio de apoyo al alumnado con diversidad funcional y/o necesidades educativas especiales coordinado desde la Unidad Técnica de Diversidad.

El objetivo de este servicio dirigido a alumnado con diversidad funcional y/o necesidades educativas especiales es el siguiente:

- Facilitar el acceso a los estudios de educación superior.
- Garantizar la inclusión y la participación activa del alumnado en el campus.
- Atender las necesidades del alumnado de un modo individualizado.
- Realización de adaptaciones académicas.
- Garantizar la accesibilidad dentro de ESIC.
- Atender las necesidades de índole material y personal en el campus.

El alumnado con diversidad funcional y/o necesidades educativas especiales podrá solicitar cualquier necesidad y/o adaptaciones a través de la Unidad Técnica a la Diversidad [diversidad@esic.edu](mailto:diversidad@esic.edu).

La Unidad Técnica a la Diversidad coordinará con todas las áreas/departamentos de ESIC en el Campus implicado las acciones necesarias para dar soluciones a las necesidades específicas expuestas.

El servicio de apoyo al alumnado con diversidad funcional y/o necesidades educativas especiales se engloba bajo el Proyecto Diversidad de ESIC. Visitar [Proyecto Diversidad](#) para ver más información.

## Personal Técnico, de Gestión y de Administración y Servicios (PTGAS)

Existe una cultura de gestión de los Recursos Humanos centrada en la cercanía y en el mantenimiento del personal.

El Personal Técnico, de Gestión y de Administración y Servicios (PTGAS), normalmente, no tiene funciones de apoyo ceñidas a la docencia de una titulación específica, sino que da apoyo a todas las titulaciones y másteres universitarios.

La experiencia profesional de la plantilla queda avalada por el hecho de que se trata de las mismas personas que vienen cumpliendo estas labores hasta el momento. Su adecuación queda garantizada por el proceso de selección del personal y por los planes de carrera dentro de la Universidad.

La Universidad en su compromiso con la internacionalización y la implantación del bilingüismo en el Campus, cuenta con profesionales habilitados para comunicarse en inglés en las áreas de:

- Admisiones.
- Atención al Alumnado.
- Oficina internacional.
- Tutores de grupo.
- Unidad de Desarrollo Profesional.
- Alumni (antiguos alumnos).
- Recepción /Información.

	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025
Dirección	7	7	10	16
Mando Intermedio	5	5	5	9
Administración	No categorizado en el curso	No categorizado en el curso	1	1
PRL	No categorizado en el curso	No categorizado en el curso	1	1
Técnico	25	25	26	39
Auxiliar	7	7	7	9
Total	44	44	50	75

### Fortalezas y logros alcanzados

El Personal Técnico, de Gestión y de Administración y Servicios ha experimentado un crecimiento relevante en los últimos cursos, pasando de 44 personas en 2021/2022 a 75 en 2024/2025, con un incremento especialmente notable en los perfiles de dirección y técnico. Este crecimiento refleja el desarrollo institucional de ESIC Universidad y su capacidad para dar soporte a una oferta académica en expansión. La satisfacción del PTGAS con la titulación, recogida en el apartado 4, arroja una valoración media de 7,2, con el bloque de comunicación y gestión académica como el mejor valorado (8,1). Este dato, aunque mejorable en el bloque de recursos e infraestructuras (6,1), evidencia un equipo comprometido con el funcionamiento del Máster.

### Debilidades y acciones de mejora adoptadas o a adoptar (plan de mejora)

La valoración del bloque de recursos e infraestructuras por parte del PTGAS (6,1) y, en particular, la suficiencia del personal de servicios (5,7) constituyen las debilidades más marcadas en este ámbito. El crecimiento de la oferta académica, materializado en la apertura del segundo grupo del Máster en abril, exigirá revisar la dotación de recursos administrativos y de apoyo para garantizar que el servicio al alumnado y al profesorado se mantiene a la altura de las expectativas. La tasa de respuesta del 38,6% a la encuesta del PTGAS, si bien razonable, deja un margen significativo de personal cuya percepción no queda recogida, lo que aconseja reforzar los canales de participación en futuras ediciones.

## Recursos Materiales e Infraestructuras

ESIC Universidad dispone de un campus universitario en Pozuelo de Alarcón, en Camino Valdenigrales, s/n. 28223 Madrid.

En septiembre de 2024 se publica en el Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid la ORDEN 4120/2024, de 13 de septiembre, del Consejero de Educación, Ciencia y Universidades, por la que se acuerda la ampliación de las instalaciones de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de ESIC Universidad.

En dicha orden se acuerda la ampliación de instalaciones de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de ESIC Universidad ubicada en Camino de Valdenigrales, s/n, de Pozuelo de Alarcón, con nuevos espacios ubicados en la Avenida de Juan XXIII, número 12 de la misma localidad, iniciándose la actividad académica en las mismas a partir del curso académico 2024/2025.

Se establece que en estas nuevas instalaciones se impartirán enseñanzas de máster universitario que se venían ya ofreciendo en las instalaciones iniciales de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, entre las que se encuentra el Máster Universitario en Dirección de Marketing.

[Link a la Orden](#)

Las instalaciones donde se ha impartido el Máster durante el curso académico 2024/2025, se encuentran situadas en un edificio de nueva construcción en el término Municipal de Pozuelo de Alarcón, Avda. Juan XXIII, nº12.

El edificio se encuentra a una distancia de 1,2 kilómetros de la sede de ESIC Universidad, en Camino de Valdenigrales s/n.

El edificio cumple con el código técnico de la edificación, que es a lo que se refieren las condiciones de seguridad exigidas, además para que el edificio tenga la calificación “LEED ORO”, tanto las condiciones acústicas como el ahorro energético, superan las establecidas en el citado CTE. El edificio está auditado por ILUNION, por lo que queda garantizado que se cumple la accesibilidad universal y lo establecido en la Norma Básica de Edificación NBE-CPI/96 de condiciones de protección contra incendios en los edificios, aprobada por el Real Decreto 314/2006, de 17 de marzo.

El espacio destinado para la impartición del Máster Universitario en Dirección de Marketing se declara a continuación:

- N° de alumnos: 38
- N° de grupos: 1
- N° de aula: 2.02

### Equipamiento aulas.

Las aulas disponen de:

- 1 o 2 pantallas interactivas con capacidad de pizarra digital de 86 pulgadas dotada de ops conectada a internet con acceso a la documentación colaborativa para seguimiento del itinerario formativo.
- Pantalla de apoyo al profesor de 55 pulgadas.
- Micrófonos de ambiente con cancelación de ruido parcial por zonas con botonera digital que permite el correcto seguimiento del alumno a distancia Altavoces de ambiente en el aula para escuchar y hacer seguimiento de las personas conectadas de forma remota.

### Espacios para Docentes.

Sala exclusiva para los docentes con 22 puestos, dotados con conexión a red y a wifi que aseguran unas adecuadas comunicaciones para el desarrollo de su trabajo y 24 taquillas.

También disponen de salas en el edificio para poder atender a los alumnos.

### Atención al Alumnado y Profesorado.

Secretaría de soporte ubicada en la planta 1, disponiendo de los servicios centrales en el edificio de Valdenigrales.

Por otro lado, el Máster Universitario en Dirección Marketing, excepcionalmente, ha utilizado también las instalaciones e infraestructuras del campus universitario de ESIC Universidad ubicadas en Pozuelo de Alarcón, en la Avenida Valdenigrales, s/n. 28223 Madrid, en la parcela 28-A del Plan Parcial “Ampliación

Casa de Campo”, Sector I, Polígono 1, con un total de 27.500 m2. Dichas instalaciones están distribuidas en:

- Edificios docentes y de administración
- Biblioteca
- Instalaciones deportivas
- Aparcamiento exterior

Las tres últimas de utilización conjunta con el Ayuntamiento de Pozuelo de Alarcón.

La Universidad hace un uso transversal de todos sus recursos, por lo que todos los medios materiales están a disposición de la comunidad universitaria con independencia de su adscripción a una u otra titulación.

El Máster Universitario en Dirección de Marketing se ha impartido durante el curso académico 2024/2025 en el aula Magna de dicho campus.

### **Fortalezas y logros alcanzados**

Durante el curso 2024/2025 el Máster ha contado con dos espacios docentes diferenciados. La sede principal ha sido el nuevo edificio de Avenida Juan XXIII, 12, en Pozuelo de Alarcón, instalación de nueva construcción con certificación LEED Oro y auditada por ILUNION en accesibilidad universal, que ofrece aulas con equipamiento tecnológico avanzado —pantallas interactivas de 86 pulgadas, micrófonos de ambiente con cancelación de ruido y sistemas de seguimiento remoto— y espacios exclusivos para docentes. De forma complementaria, el Máster ha utilizado también las instalaciones del campus de Valdenigrales, que cuenta con edificios docentes, biblioteca, instalaciones deportivas y aparcamiento. La valoración del alumnado sobre las infraestructuras, recogida en las encuestas del apartado 4, es la más alta de todas las dimensiones evaluadas, con una puntuación de 9,0 tanto en la encuesta intermedia como en la final, lo que confirma que el entorno físico y tecnológico constituye uno de los activos más sólidos del programa.

### **Debilidades y acciones de mejora adoptadas o a adoptar (plan de mejora)**

No procede.

### 3. RESULTADOS Y MEJORA

#### Sistema de Garantía Interna de Calidad en la Titulación

En julio de 2014 el campus Madrid de ESIC recibió, por parte de la Comisión de Certificación constituida por ANECA, el informe favorable sin condiciones sobre la implantación de su Sistema de Garantía Interna de Calidad bajo el Modelo de referencia AUDIT. La certificación Audit supone para ESIC un reconocimiento oficial consecuencia del esfuerzo que está realizando hacia un modelo de gestión enfocada a la garantía de la calidad formativa que ofrece a su alumnado. En febrero de 2019, el Campus de Madrid renovó exitosamente la Certificación AUDIT.

El certificado se mantiene vigente hasta julio de 2024, por lo que el SIGC de la Universidad está certificado por ANECA para este curso académico.

Todo el Sistema Interno de Garantía de Calidad (SIGC) refleja como la 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 SIGC, 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.

Ver 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/resultados>

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.

Procedimientos y Mapa de Procesos del Área Universitaria se pueden ver en el siguiente enlace:

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

ESIC 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 Global o Titulación. El Informe analiza el grado de desarrollo y cumplimiento de Objetivos, además de las mejoras llevadas a cabo y las propuestas para el siguiente curso académico.

#### Comisión Académica de Titulación

La Comisión Académica de Titulación es el órgano responsable de la Garantía de Calidad de la Titulación.

Podrá verse más información en la web corporativa de ESIC en el siguiente enlace:

<https://www.esic.edu/master-universitario-en-direccion-de-marketing#comision1>

## Comité Ejecutivo de la Universidad

El **Comité Ejecutivo** de la Universidad está formado por:

- Rectorado
- Secretaría General
- Gerencia
- Vicerrectorado de Política Académica y Profesorado
- Vicerrectorado de Calidad
- Vicerrectorado de Investigación e Innovación
- Vicerrectorado de Relaciones Internacionales
- Senior Marketing Manager
- Dirección de Desarrollo de Negocio

Las Actas del Comité Ejecutivo son responsabilidad de la Secretaría General.

## Reuniones Delegados

**Delegados.** Reuniones semestrales

- Reuniones con los delegados del título con la Dirección y Coordinación del Máster.
- Se celebran en 2, una en cada semestre.
- Objetivo: Escucha activa, seguimiento y análisis de los grupos para implantar mejoras

## Fortalezas y logros alcanzados

El Sistema Interno de Garantía de Calidad de ESIC Universidad cuenta con la certificación AUDIT de ANECA, renovada exitosamente en febrero de 2019 y vigente durante el curso 2024/2025. Este reconocimiento externo avala la solidez del marco institucional en el que se inscribe el seguimiento del Máster y garantiza que los procedimientos de mejora continua responden a estándares contrastados. La existencia de un SIGC certificado, con procesos definidos para el seguimiento de titulaciones, la gestión de la satisfacción de los grupos de interés y la elaboración de planes de mejora constituye una fortaleza estructural que dota al Máster de un entorno de gestión académica robusto y orientado a la excelencia.

## Debilidades y acciones de mejora adoptadas o a adoptar (plan de mejora)

Durante el curso 2024/2025 no se han celebrado reuniones formales de la Comisión de Titulación, circunstancia vinculada al proceso de cambio en la dirección del Máster acontecido a lo largo del curso. Esta situación supone un incumplimiento del procedimiento establecido en el SIGC y se reconoce como una debilidad a corregir con carácter prioritario. No obstante, el seguimiento de la titulación no se ha interrumpido: se ha mantenido comunicación activa con el alumnado y el profesorado, y se han gestionado las incidencias académicas con normalidad a través de los canales habituales. Como acción de mejora inmediata, se establece el compromiso de convocar un mínimo de dos reuniones de la Comisión por curso académico a partir de 2025/2026, con el correspondiente registro de actas como evidencia de seguimiento formal.

**Mejora:** Celebrar reuniones de la Comisión cada curso académico

**Acciones a desarrollar:** Convocar 2 reuniones de la Comisión de Título

**Responsables:** Dirección del Máster

**Procedencia de la Mejora:** Vicerrectorado de Calidad

**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing

**Tiempo de realización** 2025/2026

**Indicador:** N° de reuniones celebradas de la Comisión de Titulación

**Código:** 2024.Memoria.MUDM.005

## 4. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

### Distribución de calificaciones. Tasas.

A continuación, se detallan las Tasas más relevantes del Título a nivel de resultados académicos.

	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025
TASA DE ÉXITO	100%	100%	100%	96,5%
TASA DE RENDIMIENTO	100%	99,2%	98,9%	98,6%
TASA DE EFICIENCIA	100%	100,0%	99,5%	100,0%

- **Definición Tasa de Superación:** Relación porcentual entre la media de créditos superados sobre la media de créditos presentados.
- **Definición Tasa de Rendimiento:** Relación porcentual entre la media de créditos superados sobre la media de créditos matriculados.
- **Definición Tasa de Eficiencia:** Relación porcentual entre el número total de créditos que ha superado un estudiante a lo largo de la titulación en la que ha sido egresado y el número total de créditos en los que se ha matriculado.

### Resultados por Asignatura

En la tabla que se anexa a continuación se puede analizar el detalle de los resultados obtenidos en el curso académico 2024/2025 por asignatura.

Asignatura	Carácter	Total estudiantes matriculados	Total estudiantes en primera matrícula	Total estudiantes de segundas o posteriores matrículas	Nº de aprobados / Nº de matriculados	Nº de aprobados / Nº de presentados	Nº de no presentados / Nº de matriculados	Porcentaje de aprobados en 1ª matrícula sobre los matriculados en 1ª matrícula	Distribución de calificaciones dentro de la asignatura			
									SS	AP	NT	SB
Marketing Estratégico	OB	38	38	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0	0	35	3
Plan de Marketing	OB	38	38	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0	0	26	12
Marketing Digital I	OB	38	38	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0	0	15	23
Metodología de Investigación Científica	OB	38	38	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0	3	18	17
Inteligencia Competitiva y del Consumidor	OB	38	38	0	97,4%	100,0%	2,6%	97,4%	0	0	35	2
Dirección de Nuevos Productos y Servicios	OB	38	38	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0	7	26	5
Estrategias de Distribución Omnicanal	OB	38	38	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0	0	31	7
Estrategias de Fijación de Precios	OB	38	38	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0	0	25	13
Dirección de Comunicación y Medios Publicitarios	OB	38	38	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0	3	34	1
Dirección y Gestión de Proyectos	OB	38	38	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0	1	6	31
Modelos de Decisión y Métricas de Marketing	OB	38	38	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0	0	8	30
Marketing Digital II	OB	38	38	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0	0	13	25
Dirección y Organización de Ventas	OB	38	38	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0	13	24	1
Dirección Internacional de Marketing	OB	38	38	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0	1	16	21
Mercados Internacionales y Negociación Intercultural	OB	38	38	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0	1	31	6
Habilidades de Dirección y Gestión de Personas en Marketing	OB	38	38	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0	10	24	4
Marketing Intelligence y Marketing Automation	OB	38	38	0	100,0%	100,0%	0,0%	100,0%	0	15	19	4
Prácticas Académicas Externas	PAE	36	36	0	94,4%	100,0%	5,6%	94,4%	0	2	16	16
Trabajo Fin de Máster	TFM	41	38	3	92,7%	92,7%	7,3%	94,7%	0	11	18	9

### Fortalezas y logros alcanzados

Los resultados académicos por asignatura muestran en términos generales un nivel de rendimiento satisfactorio, con tasas de superación que reflejan una adecuada progresión del alumnado a lo largo del programa. La distribución de calificaciones evidencia que el sistema de evaluación continua implantado en el Máster cumple su función orientadora, permitiendo al alumnado consolidar los resultados de aprendizaje de forma progresiva. Las asignaturas con mayor tasa de superación confirman la solidez de los contenidos y metodologías aplicadas en los módulos nucleares del programa.

### Debilidades y acciones de mejora adoptadas o a adoptar (plan de mejora)

La heterogeneidad en los resultados entre asignaturas merece atención, ya que refleja diferencias en el nivel de exigencia percibido, en la carga de trabajo y posiblemente en la coherencia de los criterios de evaluación entre el profesorado. Este aspecto conecta directamente con la debilidad identificada en coordinación docente y refuerza la necesidad de establecer mecanismos de revisión conjunta. Un análisis más detallado en el seno de la Comisión de Titulación permitirá identificar asignaturas que requieran intervención específica.

**Mejora:** Incrementar la satisfacción media del alumnado con la coordinación docente

**Acciones a desarrollar:** Reforzar los mecanismos de coordinación docentes, así como seguimiento periódico entre el profesorado.

**Responsables:** Dirección del Máster

**Procedencia de la Mejora:** Comisión de Titulación

**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing

**Tiempo de realización** 2025/2026

**Indicador:** Satisfacción media del alumnado con la coordinación docente del máster

**Código:** 2024.Memoria.MUDM.005

## Gestión de Satisfacción de Grupos de Interés

El Espacio Europeo de Educación Superior, iniciado en 1999 con la Declaración de Bolonia, establece como criterio de aseguramiento de la Calidad de la educación la recogida de datos confiables, que permitan identificar aquellos aspectos del título y la institución que son adecuados y aquellos que requieren de procesos de mejora. Dentro de estos datos de interés a recoger se encuentra la satisfacción de los distintos grupos de interés con la titulación y la institución.

ESIC Universidad, en cumplimiento de dicho criterio, establece anualmente un Plan de Encuestas para medir la satisfacción de los grupos de interés.

Las encuestas organizadas para conocer la satisfacción del Máster son:

Alumnado:

- Satisfacción del Alumnado con la Actividad Docente.
- Satisfacción del Alumnado con la Titulación (Intermedia y Final).

Profesorado:

- Satisfacción del Profesorado con la Titulación.

Personal de Administración y Servicios:

- Satisfacción del Personal de Administración y Servicios con la Titulación.

Valoración de la Satisfacción de las Prácticas Externas

- Por parte del Alumnado
- Por parte del Tutor Externo
- Por parte del Tutor Académico

Valoración de la Satisfacción con los Programas de Movilidad

## Satisfacción del Alumnado

### Valoración de la Actividad Docente

Con respecto a los resultados obtenidos en el Máster Universitario en Dirección de Marketing, a continuación, se muestra el detalle:

Nº de estudiantes encuestados	38
Tasa de Respuesta	26%

Grupo	Pregunta	Promedio	Desviación Típica	Mediana	Moda
Desarrollo	Accesible y receptivo para resolver dudas fuera del aula	8,25	2,52	10,00	10
Desarrollo	Despierta interés por la asignatura	7,74	2,83	9,00	10
Desarrollo	Explica con claridad y resalta conceptos importantes	7,87	2,71	9,00	10
Desarrollo	Favorece la participación en el aula	8,02	2,64	9,00	10
Desarrollo	Muestra respeto ante comentarios y opiniones de los demás	8,43	2,40	10,00	10
Desarrollo	Resuelve las dudas y orienta en el aula	8,18	2,53	9,00	10
Planificación	Clases preparadas, organizadas y estructuradas	8,19	2,64	10,00	10
Planificación	Equilibrio de tareas teóricas y prácticas	8,20	2,46	10,00	10
Planificación	La información facilitada por el docente (guía docente)	8,33	2,41	10,00	10
Planificación	Las documentaciones acordes a la asignatura	8,39	2,37	10,00	10
Resultados e Innovación	Estructura de evaluación ajustada a la guía docente	8,22	2,47	9,00	10
Resultados e Innovación	Innova en algún/os aspecto/s	7,65	2,86	9,00	10
Resultados e Innovación	Mejora mis conocimientos y habilidades	7,85	2,72	9,00	10
Resultados e Innovación	Transmite valores de desarrollo humano	8,17	2,51	9,00	10
Valoración Global	En general, valoración global del docente	7,85	2,55	9,00	10
<b>Estadísticos Promedio</b>		<b>8,09</b>	<b>2,59</b>	<b>9,00</b>	<b>10</b>

## Satisfacción del Alumnado con la Titulación (Intermedia)

Dichas encuestas se lanzan a la mitad del Máster.

Nº de estudiantes encuestados	41
Tasa de Respuesta	12%

Grupo Preguntas	Pregunta	Promedio	Desviación Típica	Mediana	Moda
Resultados del programa	Fortalecer e incrementar mis conocimientos y habilidades	8,6	1,2	8	10/8
Resultados del programa	Potenciar mi Carrera Profesional/ empleabilidad	8,6	1,5	9	10
Resultados del programa	Valora hasta qué punto el programa ha satisfecho tus expectativas	8,8	1,2	9	10
Organización del programa	Coordinación entre docentes	5,8	2,9	5	10/8/4/2/5
Organización del programa	El volumen y distribución de evaluaciones	8,6	1,5	9	10
Organización del programa	El volumen y distribución de tareas	8,0	1,3	8	8
Organización del programa	Publicación de notas de evaluaciones acorde al calendario informado	5,0	3,5	4	10/8/4/2/1
Estructura del Programa	Alcance de los objetivos establecidos	8,4	0,8	8	8
Estructura del Programa	Contenido de las asignaturas del programa	8,2	1,5	9	9
Estructura del Programa	Enfoque innovador del programa	7,6	2,0	9	9
Estructura del Programa	Enfoque teórico/práctico de los contenidos	8,4	1,0	8	8
Estructura del Programa	Estructura del programa	7,4	2,0	8	8
Metodologías de Enseñanza	Aprendizaje a través de mis compañeros	7,8	2,5	9	9
Metodologías de Enseñanza	Criterios de evaluación	7,8	1,3	8	8
Metodologías de Enseñanza	Documentación del programa	8,4	1,0	8	8
Metodologías de Enseñanza	Metodologías de impartición docente	8,0	1,1	8	8/7
Personal Docente	Valora al Personal Docente	8,8	1,2	9	10
Formación Integral	Formación en habilidades de comunicación	8,4	2,2	9	10/9
Formación Integral	Formación en habilidades de liderazgo	7,6	2,2	9	9
Formación Integral	Formación en habilidades en ética y humanismo	8,0	2,3	9	10
Formación Integral	Formación en pensamiento crítico	8,6	1,2	8	10/8

Formación Integral	Formación en trabajo en equipo	9,4	0,8	10	10
Programa cursado	Valora el Programa cursado en general	9,0	0,6	9	9
Atención recibida	Servicio de Coordinación	6,0	3,2	7	10/8/7/4/1
Atención recibida	Servicio de la Dirección del Programa	8,2	1,7	9	9
Atención recibida	Servicio de la Secretaría	7,4	1,6	7	7
Atención recibida	Valora la Atención recibida en general	7,8	1,5	7	7
Experiencia en ESIC	Valora la Experiencia que has tenido en general en ESIC	8,6	0,8	8	8
UDP	Valora los Servicios UDP	7,0	3,5	9	10
Instalaciones	Valora las instalaciones del campus	9,0	0,9	9	10/8
Tecnología	Valora la tecnología del campus	9,0	0,9	9	10/8
	<b>TOTAL</b>	<b>8,0</b>	<b>2,1</b>	<b>8</b>	<b>10</b>

### Satisfacción del Alumnado con la Titulación (Final)

Dichas encuestas se lanzan finalizando el Máster.

Nº de estudiantes encuestados	41
Tasa de Respuesta	54%

Grupo Preguntas	Pregunta	Promedio	Desviación Típica	Mediana	Moda
Resultados del programa	Fortalecer e incrementar mis conocimientos y habilidades	6,9	2,7	8	9
Resultados del programa	Potenciar mi Carrera Profesional/ empleabilidad	7,1	2,1	7	7
Resultados del programa	Valora hasta qué punto el programa ha satisfecho tus expectativas	6,6	2,6	8	8
Organización del programa	Coordinación entre docentes	4,3	3,2	4	1
Organización del programa	El volumen y distribución de evaluaciones	5,8	2,7	6	8
Organización del programa	El volumen y distribución de tareas	5,6	2,8	5	9/5
Organización del programa	Publicación de notas de evaluaciones acorde al calendario informado	4,2	3,4	3	1
Estructura del Programa	Alcance de los objetivos establecidos	6,7	2,7	8	9
Estructura del Programa	Contenido de las asignaturas del programa	6,7	2,7	8	9
Estructura del Programa	Enfoque innovador del programa	6,3	2,7	7	9

Estructura del Programa	Enfoque teórico/práctico de los contenidos	6,5	2,7	8	9
Estructura del Programa	Estructura del programa	6,1	2,7	6	6
Metodologías de Enseñanza	Aprendizaje a través de mis compañeros	7,1	2,7	8	8
Metodologías de Enseñanza	Criterios de evaluación	6,9	2,5	8	8/9/10
Metodologías de Enseñanza	Documentación del programa	6,8	2,5	7	7
Metodologías de Enseñanza	Metodologías de impartición docente	7,0	2,3	7	9
Personal Docente	Valora al Personal Docente	7,8	1,8	8	10
Formación Integral	Formación en habilidades de comunicación	7,2	2,7	9	9
Formación Integral	Formación en habilidades de liderazgo	7,1	2,7	8	9
Formación Integral	Formación en habilidades en ética y humanismo	7,2	2,8	9	9
Formación Integral	Formación en pensamiento crítico	6,8	2,6	7	9
Formación Integral	Formación en trabajo en equipo	7,7	2,4	9	9
Trabajo Final	Disponía de los conocimientos y habilidades necesarios	6,1	2,9	7	9/7/1
Trabajo Final	El número y duración de las tutorías	6,8	3	8	9
Trabajo Final	Las orientaciones y feedback recibidos en las tutorías	6,8	2,7	7	9
Trabajo Final	Valora el Trabajo Final en general	5,7	3,3	7	9
Programa cursado	Valora el Programa cursado en general	6,8	2,5	8	9
Atención recibida	Servicio de Coordinación	4,5	3,0	5	1
Atención recibida	Servicio de la Dirección del Programa	7,1	2,8	8	8/9/10
Atención recibida	Servicio de la Secretaría	6,0	3,1	6	10
Atención recibida	Valora la Atención recibida en general	6,8	2,6	8	9
Experiencia en ESIC	Valora la Experiencia que has tenido en general en ESIC	7,0	2,4	8	8/9
UDP	Valora los Servicios UDP	6,0	2,5	7	7
Instalaciones	Valora las instalaciones del campus	9,0	1,9	10	10
Tecnología	Valora la tecnología del campus	8,2	2,2	9	10
	<b>TOTAL</b>	<b>6,6</b>	<b>2,8</b>	<b>8</b>	<b>9</b>

## Satisfacción del Profesorado y PTGAS

### Satisfacción del Profesorado con la Titulación

Nº Profesores encuestados	16
Tasa de Respuesta	50,0%

BLOQUE / Pregunta	Promedio	Desviación Típica	Mediana	Moda
<b>RESULTADOS DE LAS TITULACIONES</b>	<b>9,4</b>	<b>1,0</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
Desarrollo completo del temario teórico previsto	9,8	0,4	10	10
Realización de las actividades prácticas previstas	9,7	0,7	10	10
Correcto desarrollo de las tutorías	9,5	0,9	10	10
Asistencia regular del alumnado a clase	9,4	1,0	10	10
Conocimientos previos adecuados para el aprendizaje	8,8	1,2	9	8
Valoración general de los resultados de la titulación	9,2	0,9	10	10
<b>SIST. EVALUACIÓN DE LAS TITULACIONES</b>	<b>9,3</b>	<b>1,0</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
Realización de las actividades de evaluación previstas	9,8	0,5	10	10
Utilidad del seguimiento docente y evaluación continua	9,2	1,0	10	10
Alta participación en la última convocatoria de evaluación	9,3	1,0	10	10
Satisfacción con los resultados de la materia en la última convocatoria	9,1	1,1	10	10
Valoración general del sistema de evaluación de las titulaciones	9,1	0,8	9	10
<b>MEDIOS DISPONIBLES ADECUADOS</b>	<b>8,8</b>	<b>1,8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Adecuación de los medios disponibles para la actividad docente	8,8	1,8	9	10
<b>TOTAL</b>	<b>9,2</b>	<b>1,2</b>	<b>10</b>	<b>10</b>

## Satisfacción del PTGAS con la Titulación

Nº Personal encuestado	44
Tasa de Respuesta	38,6%

BLOQUE / Pregunta	Promedio	Desviación Típica	Mediana	Moda
<b>COMUNICACIÓN Y GESTIÓN</b>	<b>8,1</b>	<b>1,5</b>	<b>8,0</b>	<b>9,0</b>
Acceso a información docente (matriculación, aulas, horarios, etc.)	8,0	1,4	8,0	9,0
Relación con el estudiantado de las titulaciones	8,1	1,3	8,0	8,0
Relación con el profesorado de las titulaciones	8,3	1,3	9,0	9,0
Gestión administrativa interna (aulas, fechas de exámenes, etc.)	8,1	1,6	9,0	9,0
Gestión administrativa externa (actas, plazos de matrícula, etc.)	8,2	1,4	9,0	9,0
Valoración de la comunicación y gestión general	8,0	1,8	9,0	9,0
<b>RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS</b>	<b>6,1</b>	<b>2,1</b>	<b>7,0</b>	<b>7,0</b>
Recursos materiales y tecnológicos para apoyar a estudiantes y profesorado	6,4	1,8	7,0	5,0
Suficiencia del personal administrativo en las titulaciones	5,9	2,4	7,0	7,0
Suficiencia del personal de servicios (Internacional, Prácticas, TIC, etc.)	5,7	2,5	6,0	7,0
Satisfacción general con la gestión académico-administrativa	6,4	1,8	7,0	7,0
Valoración general de los recursos e infraestructuras	6,3	2,0	7,0	7,0
<b>TOTAL</b>	<b>7,2</b>	<b>2,1</b>	<b>7,0</b>	<b>9,0</b>

## Satisfacción de la Prácticas Académicas Externas

### Satisfacción del Alumnado con las Prácticas Académicas Externas

N° de estudiantes encuestados	36
Tasa de Respuesta	2,78%

Grupo	Pregunta	Promedio	Desviación Típica	Mediana
Información y asignación de los programas de prácticas externas	Información recibida sobre los programas de prácticas externas de ESIC	9,00	0,00	NP
	Satisfacción con la amplitud de la oferta de prácticas en empresa:	9,00	0,00	NP
	Información recibida acerca del proyecto formativo de tus prácticas externas (objetivos, actividades a realizar, criterios de evaluación...):	9,00	0,00	NP
	Procedimiento de selección y adjudicación de prácticas externas:	9,00	0,00	NP
	Adecuación del momento de realización de las prácticas externas dentro del plan de estudios	9,00	0,00	NP
	Gestión y orientación prestada por el departamento de prácticas de ESIC:	9,00	0,00	NP
	Adecuación de la estancia en la empresa o institución en relación con el periodo que estimas conveniente para tu formación práctica	9,00	0,00	NP
	Compatibilidad de las prácticas externas con las obligaciones académicas presenciales en la universidad	9,00	0,00	NP
	Utilidad de la información sobre prácticas externas disponible en la web de ESIC	9,00	0,00	NP
Empresa o institución donde se desarrollan las prácticas	Acogida por parte de la empresa o institución en mi incorporación a las prácticas	9,00	0,00	NP
	Adecuación de las tareas encomendadas a la titulación cursada	9,00	0,00	NP
	Grado de satisfacción con el ambiente de trabajo durante el periodo de prácticas	9,00	0,00	NP
	Disponibilidad de medios para el desarrollo de las prácticas	9,00	0,00	NP
Tutor académico de ESIC	Asesoramiento recibido durante el desarrollo de las prácticas externas	9,00	0,00	NP
	Atención brindada por el tutor académico cuando has necesitado que te dirigiera en el desarrollo de una tarea.	9,00	0,00	NP
	Compromiso del tutor académico con el normal desarrollo del proyecto formativo	9,00	0,00	NP
	Sistema de evaluación académica de las prácticas externas	9,00	0,00	NP

Tutor Externo	Acogida por parte del tutor de la empresa o institución:	9,00	0,00	NP
	Organización de la actividad a desarrollar:	9,00	0,00	NP
	Información proporcionada sobre la organización y funcionamiento de la empresa o institución y sobre la normativa de interés:	9,00	0,00	NP
	Formación complementaria que el tutor te ha proporcionado para la realización de las prácticas.:	9,00	0,00	NP
	Atención brindada por el tutor de la empresa o institución cuando has necesitado que te dirigiera en el desarrollo de una tarea:	9,00	0,00	NP
	Seguimiento y supervisión por parte del tutor de la empresa o institución:	9,00	0,00	NP
Formación adquirida	Adquisición y desarrollo de competencias profesionales:	9,00	0,00	NP
	Grado de relación entre las competencias adquiridas en la titulación y en las prácticas externas	9,00	0,00	NP
	Grado de posibilidad de aplicar en las prácticas los conocimientos adquiridos en tu titulación	9,00	0,00	NP
	Orientación profesional recibida durante la realización de las prácticas	9,00	0,00	NP
Valoraciones generales	Satisfacción con el cumplimiento del proyecto formativo de las prácticas externas:	9,00	0,00	NP
	Valor añadido por las prácticas a la formación académica:	9,00	0,00	NP
	Una vez finalizadas las prácticas externas ¿en qué medida han aumentado tus expectativas de obtener un empleo?:	9,00	0,00	NP
	Satisfacción general con la empresa o institución donde has realizado las prácticas externas:	9,00	0,00	NP
	Satisfacción general con el tutor de la empresa o institución:	9,00	0,00	NP
	Satisfacción general con el tutor académico de ESIC (para prácticas curriculares):	9,00	0,00	NP
	Coordinación tutor académico y/o dpto. de prácticas - tutor externo - estudiante:	9,00	0,00	NP
	Satisfacción general con el dpto. de prácticas de ESIC:	9,00	0,00	NP
	Satisfacción global con las prácticas externas:	9,00	0,00	NP

## Satisfacción del Tutor Externo con las Prácticas Académicas Externas

El tutor externo del Máster evalúa las Prácticas Académicas Externas (Curriculares), y las Prácticas Extracurriculares.

Pregunta	Nº de respuestas	Promedio	Desviación Típica	Mediana	Moda
<b>Valoraciones generales de satisfacción</b>					
La adaptación e integración del alumno/s a la empresa / entidad ha sido adecuada:	25	8,7	1,9	9	10
La relación entre la formación académica del estudiante y las actividades a desarrollar en las prácticas fueron adecuadas	25	8,4	2,1	9	10
La duración de las prácticas es adecuada	25	8,2	2,1	9	10
Valore los sistemas de evaluación aplicados a la práctica	25	8,1	2,0	8	10
De forma global exprese el grado de utilidad del trabajo realizado por el/la estudiante	25	8,7	1,9	9	10
<b>Indique de los siguientes factores que determinaron la contratación en prácticas de alumnos de ESIC frente a candidatos de otras Universidades</b>					
Perfil del Candidato	25	8,6	1,8	9	10
Referencias de anteriores alumnos en prácticas de ESIC	25	7,2	3,1	8	10
Formación del Candidato (Titulación cursada)	25	8,2	2,1	9	10
Resolución del Candidato en las pruebas de acceso a la Práctica	25	8,3	2,6	9	10
<b>Valoración del departamento de prácticas</b>					
La información recibida	25	7,9	2,5	9	10
La atención prestada	25	8,0	2,5	9	10
La gestión administrativa	25	8,4	1,7	9	10
Satisfacción general con el Departamento	25	8,0	1,9	8	10

Pregunta	Nº de respuestas	Sí	No
¿Se ha ofrecido una oferta laboral tras finalizar las prácticas?	25	10	15
¿El/la alumno/a ha hecho uso del inglés en el desarrollo de sus funciones?	25	16	9
0 a 25 % del tiempo de trabajo	9		
26 a 50 % del tiempo de trabajo	8		
51 a 75 % del tiempo de trabajo	6		
76 a 100 % del tiempo de trabajo	0		
No contesta	2		

## Satisfacción del Tutor Académico con las Prácticas Académicas Externas

El número de respuestas obtenidas es bajo por lo que no se consideran representativas.

No hay respuestas a la encuesta realizada al Tutor Académico de Prácticas Académicas Externas, en el curso 2024/2025.

## Satisfacción del Alumnado con los programas de movilidad

Durante el curso 2024/2025 no se han realizado encuestas para conocer la satisfacción del alumnado del Máster, que ha realizado algún programa de movilidad.

## Fortalezas y logros alcanzados

El sistema de encuestas desplegado durante el curso 2024/2025 ofrece una visión completa de la satisfacción de todos los grupos de interés vinculados al Máster. Entre los resultados más destacados: la satisfacción docente con el alumnado en evaluaciones intermedias alcanza una media de 8,09; el profesorado valora la titulación con una media de 9,2, reflejo de un cuerpo docente comprometido y alineado con los objetivos del programa; y los tutores externos de prácticas otorgan una valoración media superior a 8,0 en todos los bloques evaluados, con especial reconocimiento al perfil y la formación de los candidatos de ESIC. Las tasas académicas refuerzan este panorama: tasa de graduación del 89,5% para la cohorte 2024/2025 y tasa de abandono sostenida en niveles mínimos. Las instalaciones y la tecnología del campus obtienen sistemáticamente las puntuaciones más altas en todas las encuestas, con valoraciones de 9,0 en ambas mediciones.

## Debilidades y acciones de mejora adoptadas o a adoptar (plan de mejora)

La caída en la satisfacción global del alumnado entre la encuesta intermedia (8,0) y la encuesta final (6,6) es el dato más relevante y preocupante del curso. Los ítems con peores resultados —coordinación docente (4,3), publicación de notas (4,2) y servicio de coordinación (4,5)— apuntan a debilidades de gestión interna que no pueden atribuirse a factores externos. Estos resultados deben interpretarse como una señal de alerta que requiere un plan de respuesta concreto para el curso 2025/2026, con medidas verificables y seguimiento por parte de la Comisión de Titulación. La baja tasa de respuesta en la encuesta de satisfacción con las prácticas académicas externas por parte del alumnado, la ausencia de respuestas del tutor académico de prácticas, y la no realización de encuestas de satisfacción con los programas de movilidad por parte del alumnado limitan adicionalmente la capacidad de análisis en esos ámbitos específicos.

**Mejora:** Conocer la Satisfacción del alumnado del Máster con los programas de movilidad

**Acciones a desarrollar:** Encuestas de satisfacción de los programas de movilidad

**Responsables:** Vicerrectorado de Relaciones Internacionales y Vicerrectorado de Calidad

**Procedencia de la Mejora:** Comisión de Titulación

**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing

**Tiempo de realización** 2025/2026

**Indicador:** Satisfacción media con los programas de movilidad

**Código:** 2024.Memoria.MUDM.xxx

**Mejora:** Mejorar la satisfacción del alumnado con la titulación.

**Acciones a desarrollar:** Seguimiento especial por parte de la Dirección de Titulación, manteniendo reuniones de escucha activa.

**Responsables:** Dirección de Titulación

**Procedencia de la Mejora:** Comisión de Titulación

**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing

**Tiempo de realización** 2025

**Indicador:** Valoración media de la satisfacción

**Código:** 2023.Memoria.MUDM.003

## 5. RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA

### Grado de implantación

En este apartado se analizan las recomendaciones indicadas en los informes de evaluación externa, así como su grado de implantación.

Todos los informes de evaluación externa se publican en la web corporativa del Máster.  
Se pueden ver accediendo [aquí](#).

### Informe Final de Verificación del Título

La solicitud de verificación del Máster se realiza en 2019 como Máster Universitario en Gestión Comercial

### Informe Final de Modificación del Título

Durante el 2021, y antes de la implantación del Máster en septiembre, se presenta una modificación que implica el cambio del nombre del Máster, pasando a ser Máster Universitario en Dirección de Marketing

No hay recomendaciones señaladas en informes de evaluación externa.

## 6. PLAN DE MEJORA

A continuación, se detallan las mejoras que se han implantado durante el curso, así como aquellas mejoras que se detectan del análisis del presente informe.

### Mejoras implantadas durante el curso

**Mejora:** Adaptación del Máster al RD 822/2021

**Acciones a desarrollar:** Solicitud de modificación de título

**Responsables:** Dirección de Titulación y Vicerrectorado de Calidad

**Procedencia de la Mejora:** Vicerrectorado de Política Académica y Profesorado y Vicerrectorado de Calidad

**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing

**Tiempo de realización** 2025

**Indicador:** RD de aplicación

**Código:** 2023.Memoria.MUDM.002

**Estado:** **Realizado.**

Con fecha septiembre de 2024 se aprueba la modificación del Máster.

El objetivo principal de dicha modificación era la adaptación del título al RD 822/2021, dicha adaptación incluye en otras cuestiones la declaración de los objetivos formativos del título, el perfil de egreso, así como los Resultados del Proceso de Formación y Aprendizaje.

## Propuestas de mejora para el curso siguiente

**Mejora:** Incluir complementos formativos

**Acciones a desarrollar:** Solicitud de modificación de título

**Responsables:** Dirección de Titulación

**Procedencia de la Mejora:** Vicerrectorado de Calidad

**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing

**Tiempo de realización** 2025

**Indicador:** N° de Complementos Formativos incluidos en la Memoria

**Código:** 2023.Memoria.MUDM.001

**Mejora:** Mejorar la satisfacción del alumnado con la titulación.

**Acciones a desarrollar:** Seguimiento especial por parte de la Dirección de Titulación, manteniendo reuniones de escucha activa.

**Responsables:** Dirección de Titulación

**Procedencia de la Mejora:** Comisión de Titulación

**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing

**Tiempo de realización** 2025

**Indicador:** Valoración media de la satisfacción

**Código:** 2023.Memoria.MUDM.003

**Mejora:** Establecer calendarios de implantación de modificaciones que permitan una adecuada implantación

**Acciones a desarrollar:** Calendario de solicitud de modificación

**Responsables:** Vicerrectorado de Política Académica y Profesorado

**Procedencia de la Mejora:** Comisión de la Titulación

**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing

**Tiempo de realización** 2026

**Indicador:** Fecha de publicación modificación en el RUCT

**Código:** 2024.Memoria.MUDM.001

**Mejora:** Conocer la Satisfacción del alumnado del Máster con los programas de movilidad

**Acciones a desarrollar:** Encuestas de satisfacción de los programas de movilidad

**Responsables:** Vicerrectorado de Relaciones Internacionales y Vicerrectorado de Calidad

**Procedencia de la Mejora:** Comisión de Titulación

**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing

**Tiempo de realización** 2025/2026

**Indicador:** Satisfacción media con los programas de movilidad

**Código:** 2024.Memoria.MUDM.002

**Mejora:** Incremento en la tasa de respuesta tanto de las encuestas realizadas al alumnado como al tutor académico, referente a las prácticas académicas externas.

**Acciones a desarrollar:** Fomentar la participación a través de recordatorios desde Dirección del Título, así como informar sobre la importancia de la participación en dicho proceso.

**Responsables:** Dirección del Máster

**Procedencia de la Mejora:** Vicerrectorado de Calidad

**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing

**Tiempo de realización** 2025/2026

**Indicador:** Tasa de respuesta

**Código:** 2024.Memoria.MUDM.003

**Mejora:** Incrementar la satisfacción media del alumnado con la coordinación docente

**Acciones a desarrollar:** Reforzar los mecanismos de coordinación docentes, así como seguimiento periódico entre el profesorado.

**Responsables:** Dirección del Máster

**Procedencia de la Mejora:** Comisión de Titulación

**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing

**Tiempo de realización** 2025/2026

**Indicador:** Satisfacción media del alumnado con la coordinación docente del máster

**Código:** 2024.Memoria.MUDM.004

**Mejora:** Celebrar reuniones de la Comisión cada curso académico

**Acciones a desarrollar:** Convocar 2 reuniones de la Comisión de Título

**Responsables:** Dirección del Máster

**Procedencia de la Mejora:** Vicerrectorado de Calidad

**Ámbito de Aplicación:** Máster Universitario en Dirección de Marketing

**Tiempo de realización** 2025/2026

**Indicador:** N° de reuniones celebradas de la Comisión de Titulación

**Código:** 2024.Memoria.MUDM.005