

TITULACIÓN: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados (450)
CENTRO: Facultad de Economía y Empresa (109)

Posibles	Nº respuestas	Tasa respuesta	Media
80	39	48.75%	3.58

	Frecuencias					% Frecuencias					media		
	N/C	1	2	3	4	5	N/C	1	2	3		4	5
1. Distribución temporal y coordinación de módulos y/o materias a lo largo del título	2	1	3	9	19	5	5%	2%	7%	23%	48%	12%	3.65
2. Distribución del Plan de estudios entre créditos teóricos, prácticos y trabajos a realizar por el alumno.	2	1	4	6	22	4	5%	2%	10%	15%	56%	10%	3.65
3. Mecanismos de coordinación (contenidos, equilibrio cargas de trabajo del alumno, entrega de actividades, evaluaciones, etc.).	1	3	7	11	14	3	2%	7%	17%	28%	35%	7%	3.18
4. Adecuación de horarios y turnos			2	9	21	7			5%	23%	53%	17%	3.85
5. Tamaño de los grupos	1	5	10	8	11	4	2%	12%	25%	20%	28%	10%	2.97
BLOQUE:PLAN DE ESTUDIOS												3.46	
6. Conocimientos previos del estudiante para comprender el contenido de su materia		4	8	10	13	4		10%	20%	25%	33%	10%	3.13
7. Orientación y apoyo al estudiante	2		6	10	16	5	5%		15%	25%	41%	12%	3.54
8. Nivel de asistencia a clase de los estudiantes	1	6	10	7	13	2	2%	15%	25%	17%	33%	5%	2.87
9. Oferta y desarrollo de programas de movilidad para estudiantes	6		2	9	17	5	15%		5%	23%	43%	12%	3.76
10. Oferta y desarrollo de prácticas externas	6		4	10	14	5	15%		10%	25%	35%	12%	3.61
BLOQUE:ESTUDIANTES												3.36	
11. Disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información sobre el título (Web, guías docentes, datos)			1	3	22	13			2%	7%	56%	33%	4.21
12. Atención prestada por el Personal de Administración y Servicios del Centro	1	1	1	6	19	11	2%	2%	2%	15%	48%	28%	4.0
13. Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, fechas de exámenes, etc.)		1		3	20	15		2%		7%	51%	38%	4.23
14. Gestión de los procesos administrativos comunes (plazo de matriculación, disponibilidad de actas, etc.)		2	3	7	17	10		5%	7%	17%	43%	25%	3.77
15. Gestión realizada por los Agentes del Título (Coordinador y Comisiones).	2		2	6	17	12	5%		5%	15%	43%	30%	4.05
16. Acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad de Zaragoza.		1	9	12	14	3		2%	23%	30%	35%	7%	3.23
BLOQUE:INFORMACIÓN Y GESTIÓN												3.91	
17. Aulas para la docencia teórica		1	2	8	16	12		2%	5%	20%	41%	30%	3.92
18. Recursos materiales y tecnológicos disponibles para la actividad docente (cañones de proyección, pizarras digitales, campus virtual, etc.).		4	7	5	15	8		10%	17%	12%	38%	20%	3.41
19. Espacios para prácticas (seminarios, salas de informática, laboratorios, etc.)	3	5	7	7	11	6	7%	12%	17%	17%	28%	15%	3.17
20. Apoyo técnico y logístico de los diferentes servicios para el desarrollo de la docencia	1	2	6	8	18	4	2%	5%	15%	20%	46%	10%	3.42

SATISFACCIÓN DEL PDI CON LA TITULACIÓN

Año: 2013-14

TITULACIÓN: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados (450)
CENTRO: Facultad de Economía y Empresa (109)

Posibles	Nº respuestas	Tasa respuesta	Media
80	39	48.75%	3.58

Frecuencias						% Frecuencias					media	
N/C	1	2	3	4	5	N/C	1	2	3	4	5	

BLOQUE: RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS

21. Nivel de satisfacción con la o las asignaturas que imparte	1	3	10	18	7	2%	7%	25%	46%	17%	3.76	
22. Nivel de satisfacción con los resultados alcanzados por los estudiantes		1	8	10	16	4	2%	20%	25%	41%	10%	3.36
23. Nivel de satisfacción general con la titulación			5	9	21	4		12%	23%	53%	10%	3.62

BLOQUE: SATISFACCIÓN GENERAL

Sumas y promedios												3.58
-------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	------

Respuestas abiertas: Listado adjunto.

