

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

	Posibles					Nº respuestas					Tasa respuesta					Media
	86					3					3.49%					4.39
	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				1		2				33%		66%	4.33			
2. Distribución del Plan de estudios entre créditos teóricos, prácticos y trabajos a realizar por el alumno.				2		1				66%		33%	3.67			
3. Mecanismos de coordinación (contenidos, equilibrio cargas de trabajo del alumno, entrega de actividades, evaluaciones, etc.).					2	1					66%	33%	4.33			
4. Adecuación de horarios y turnos					1	2				33%		66%	4.67			
5. Tamaño de los grupos				1		2				33%		66%	4.33			
<b>BLOQUE:PLAN DE ESTUDIOS</b>													<b>4.27</b>			
6. Conocimientos previos del estudiante para comprender el contenido de su materia			1	1	1				33%	33%	33%		3.0			
7. Orientación y apoyo al estudiante					3						100%		4.0			
8. Nivel de asistencia a clase de los estudiantes				1	2					33%	66%		3.67			
9. Oferta y desarrollo de programas de movilidad para estudiantes					1	2					33%	66%	4.67			
10. Oferta y desarrollo de prácticas externas					2	1				66%	33%		4.33			
<b>BLOQUE:ESTUDIANTES</b>													<b>3.93</b>			
11. Disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información sobre el título (Web, guías docentes, datos)						3						100%	5.0			
12. Atención prestada por el Personal de Administración y Servicios del Centro						3						100%	5.0			
13. Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, fechas de exámenes, etc.)						3						100%	5.0			
14. Gestión de los procesos administrativos comunes (plazo de matriculación, disponibilidad de actas, etc.)						3						100%	5.0			
15. Gestión realizada por los Agentes del Título (Coordinador y Comisiones).						3						100%	5.0			
16. Acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad de Zaragoza.					1	2					33%	66%	4.67			
<b>BLOQUE:INFORMACIÓN Y GESTIÓN</b>													<b>4.94</b>			
17. Aulas para la docencia teórica					1	2					33%	66%	4.67			
18. Recursos materiales y tecnológicos disponibles para la actividad docente (cañones de proyección, pizarras digitales, campus virtual, etc.).					1	2					33%	66%	4.67			
19. Espacios para prácticas (seminarios, salas de informática, laboratorios, etc.)				1		2				33%		66%	4.33			
20. Apoyo técnico y logístico de los diferentes servicios para el desarrollo de la docencia				1		2				33%		66%	4.33			

# SATISFACCIÓN DEL PDI CON LA TITULACIÓN

Año: 2015-16

TITULACIÓN: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados (450)

CENTRO: Facultad de Economía y Empresa (109)

Posibles	Nº respuestas	Tasa respuesta	Media
86	3	3.49%	4.39

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	2				33%	66%		4.67
22. Nivel de satisfacción con los resultados alcanzados por los estudiantes			2		1			66%		33%		3.67
23. Nivel de satisfacción general con la titulación				3				100%				4.0

**BLOQUE: SATISFACCIÓN GENERAL**

Sumas y promedios												4.11
												4.39

Respuestas abiertas: Listado adjunto.

