

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

Posibles	Nº respuestas	Tasa respuesta	Media
93	27	29.03%	3.8

	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		1	10	13	2	3%		3%	37%	48%	7%	3.62
2. Distribución del Plan de estudios entre créditos teóricos, prácticos y trabajos a realizar por el alumno.		1	2	8	11	5		3%	7%	29%	40%	18%	3.63
3. Mecanismos de coordinación (contenidos, equilibrio cargas de trabajo del alumno, entrega de actividades, evaluaciones, etc.).			3	8	12	4			11%	29%	44%	14%	3.63
4. Adecuación de horarios y turnos		1	2	4	16	4		3%	7%	14%	59%	14%	3.74
5. Tamaño de los grupos		1	7	7	10	2		3%	25%	25%	37%	7%	3.19
BLOQUE:PLAN DE ESTUDIOS												3.56	
6. Conocimientos previos del estudiante para comprender el contenido de su materia		1	5	8	10	3		3%	18%	29%	37%	11%	3.33
7. Orientación y apoyo al estudiante	1		1	2	21	2	3%		3%	7%	77%	7%	3.92
8. Nivel de asistencia a clase de los estudiantes		5	7	4	7	4		18%	25%	14%	25%	14%	2.93
9. Oferta y desarrollo de programas de movilidad para estudiantes	3		1	2	16	5	11%		3%	7%	59%	18%	4.04
10. Oferta y desarrollo de prácticas externas	4	1		5	14	3	14%	3%		18%	51%	11%	3.78
BLOQUE:ESTUDIANTES												3.58	
11. Disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información sobre el título (Web, guías docentes, datos)			2	1	12	12			7%	3%	44%	44%	4.26
12. Atención prestada por el Personal de Administración y Servicios del Centro				2	15	10				7%	55%	37%	4.3
13. Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, fechas de exámenes, etc.)			1		12	14			3%		44%	51%	4.44
14. Gestión de los procesos administrativos comunes (plazo de matriculación, disponibilidad de actas, etc.)				1	16	10				3%	59%	37%	4.33
15. Gestión realizada por los Agentes del Título (Coordinador y Comisiones).				2	14	11				7%	51%	40%	4.33
16. Acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad de Zaragoza.	2	1	3	7	12	2	7%	3%	11%	25%	44%	7%	3.44
BLOQUE:INFORMACIÓN Y GESTIÓN												4.19	
17. Aulas para la docencia teórica		1	2	2	8	14		3%	7%	7%	29%	51%	4.19
18. Recursos materiales y tecnológicos disponibles para la actividad docente (cañones de proyección, pizarras digitales, campus virtual, etc.).		3	2	3	12	7		11%	7%	11%	44%	25%	3.67
19. Espacios para prácticas (seminarios, salas de informática, laboratorios, etc.)		1	2	6	11	7		3%	7%	22%	40%	25%	3.78
20. Apoyo técnico y logístico de los diferentes servicios para el desarrollo de la docencia		4		7	11	5		14%		25%	40%	18%	3.48

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

Posibles	Nº respuestas	Tasa respuesta	Media
93	27	29.03%	3.8

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				3	14	10			11%	51%	37%	4.26
22. Nivel de satisfacción con los resultados alcanzados por los estudiantes			2	10	14	1		7%	37%	51%	3%	3.52
23. Nivel de satisfacción general con la titulación	1			9	16	1		3%	33%	59%	3%	3.59

BLOQUE: SATISFACCIÓN GENERAL

Sumas y promedios												3.79
												3.8

Respuestas abiertas: Listado adjunto.

