

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

		Posibles					Nº respuestas					Tasa respuesta					Media
		95					24					25.26%					3.77
		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	1	1	1	6	11	4	4%	4%	4%	25%	46%	17%	3.7			
2.	Distribución del Plan de estudios entre créditos teóricos, prácticos y trabajos a	1	1	2	4	14	2	4%	4%	8%	17%	58%	8%	3.61			
3.	Mecanismos de coordinación (contenidos, equilibrio cargas de trabajo del	1	2	1	8	7	5	4%	8%	4%	33%	29%	21%	3.52			
4.	Adecuación de horarios y turnos		1		5	13	5		4%		21%	54%	21%	3.88			
5.	Tamaño de los grupos		1	3	6	8	6		4%	12%	25%	33%	25%	3.62			
<b>BLOQUE:PLAN DE ESTUDIOS</b>														<b>3.67</b>			
6.	Conocimientos previos del estudiante para comprender el contenido de su		1	13	6	4			4%	54%	25%	17%		2.54			
7.	Orientación y apoyo al estudiante	2		1	7	11	3	8%		4%	29%	46%	12%	3.73			
8.	Nivel de asistencia a clase de los estudiantes		8	8	4	2	2		33%	33%	17%	8%	8%	2.25			
9.	Oferta y desarrollo de programas de movilidad para estudiantes	1			6	14	3	4%			25%	58%	12%	3.87			
10.	Oferta y desarrollo de prácticas externas	1			6	13	4	4%			25%	54%	17%	3.91			
<b>BLOQUE:ESTUDIANTES</b>														<b>3.24</b>			
11.	Disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información sobre el título (Web,				2	14	8				8%	58%	33%	4.25			
12.	Atención prestada por el Personal de Administración y Servicios del Centro	1		1	4	10	8	4%		4%	17%	42%	33%	4.09			
13.	Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, fechas	1			3	9	11	4%			12%	38%	46%	4.35			
14.	Gestión de los procesos administrativos comunes (plazo de matriculación,	2			2	12	8	8%			8%	50%	33%	4.27			
15.	Gestión realizada por los Agentes del Título (Coordinador y Comisiones).	2		2	3	8	9	8%		8%	12%	33%	38%	4.09			
16.	Acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la	1	1	2	7	9	4	4%	4%	8%	29%	38%	17%	3.57			
<b>BLOQUE:INFORMACIÓN Y GESTIÓN</b>														<b>4.1</b>			
17.	Aulas para la docencia teórica			1	5	8	10			4%	21%	33%	42%	4.12			
18.	Recursos materiales y tecnológicos disponibles para la actividad docente	1	1		5	9	8	4%	4%		21%	38%	33%	4.0			
19.	Espacios para prácticas (seminarios, salas de informática, laboratorios, etc.)			3	5	9	7			12%	21%	38%	29%	3.83			
20.	Apoyo técnico y logístico de los diferentes servicios para el desarrollo de la			3	6	8	7			12%	25%	33%	29%	3.79			

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

		Posibles					Nº respuestas					Tasa respuesta					Media
		95					24					25.26%					3.77
		Frecuencias					% Frecuencias					media					
		N/C	1	2	3	4	5	N/C	1	2	3	4	5				
<b>BLOQUE:RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS</b>															3.94		
21. Nivel de satisfacción con la o las asignaturas que imparte					4	9	11				17%	38%	46%	4.29			
22. Nivel de satisfacción con los resultados alcanzados por los estudiantes				4	7	10	3			17%	29%	42%	12%	3.5			
23. Nivel de satisfacción general con la titulación		2	1	5	13	3	8%	4%	21%	54%	12%		3.82				
<b>BLOQUE:SATISFACCIÓN GENERAL</b>															3.87		
Sumas y promedios															3.77		

Respuestas abiertas: Listado adjunto.

