

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

		Posibles					Nº respuestas	Tasa respuesta					Media	
		106					28	26.42%					3.73	
		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			2	2	11	9	4		7%	7%	39%	32%	14%	3.39
2. Distribución del Plan de estudios entre créditos teóricos, prácticos y trabajos a			1	4	5	13	5		4%	14%	18%	46%	18%	3.61
3. Mecanismos de coordinación (contenidos, equilibrio cargas de trabajo del		1		6	8	10	3	4%		21%	29%	36%	11%	3.37
4. Adecuación de horarios y turnos			1	4	5	12	6		4%	14%	18%	43%	21%	3.64
5. Tamaño de los grupos			3	2	10	8	5		11%	7%	36%	29%	18%	3.36
<b>BLOQUE:PLAN DE ESTUDIOS</b>													<b>3.47</b>	
6. Conocimientos previos del estudiante para comprender el contenido de su			4	5	6	10	3		14%	18%	21%	36%	11%	3.11
7. Orientación y apoyo al estudiante		1	1	2	4	10	10	4%	4%	7%	14%	36%	36%	3.96
8. Nivel de asistencia a clase de los estudiantes		1	3	7	5	6	6	4%	11%	25%	18%	21%	21%	3.19
9. Oferta y desarrollo de programas de movilidad para estudiantes		2			7	11	8	7%			25%	39%	29%	4.04
10. Oferta y desarrollo de prácticas externas		2		1	8	10	7	7%		4%	29%	36%	25%	3.88
<b>BLOQUE:ESTUDIANTES</b>													<b>3.63</b>	
11. Disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información sobre el título (Web,				1	2	12	13			4%	7%	43%	46%	4.32
12. Atención prestada por el Personal de Administración y Servicios del Centro		1			3	12	12	4%			11%	43%	43%	4.33
13. Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, fechas					2	13	13				7%	46%	46%	4.39
14. Gestión de los procesos administrativos comunes (plazo de matriculación,				1	3	13	11			4%	11%	46%	39%	4.21
15. Gestión realizada por los Agentes del Título (Coordinador y Comisiones).			1	1	3	8	15		4%	4%	11%	29%	54%	4.25
16. Acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la		2	3	2	7	9	5	7%	11%	7%	25%	32%	18%	3.42
<b>BLOQUE:INFORMACIÓN Y GESTIÓN</b>													<b>4.16</b>	
17. Aulas para la docencia teórica				2	6	9	11			7%	21%	32%	39%	4.04
18. Recursos materiales y tecnológicos disponibles para la actividad docente		1	3	4	9	5	6	4%	11%	14%	32%	18%	21%	3.26
19. Espacios para prácticas (seminarios, salas de informática, laboratorios, etc.)		1	2	4	7	7	7	4%	7%	14%	25%	25%	25%	3.48
20. Apoyo técnico y logístico de los diferentes servicios para el desarrollo de la			3	6	7	8	4		11%	21%	25%	29%	14%	3.14

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

		Posibles					Nº respuestas					Tasa respuesta					Media
		106					28					26.42%					3.73
		Frecuencias					% Frecuencias					media					
		N/C	1	2	3	4	5	N/C	1	2	3	4	5				
<b>BLOQUE:RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS</b>														3.48			
21. Nivel de satisfacción con la o las asignaturas que imparte			1	1	4	11	11		4%	4%	14%	39%	39%	4.07			
22. Nivel de satisfacción con los resultados alcanzados por los estudiantes				4	6	12	6			14%	21%	43%	21%	3.71			
23. Nivel de satisfacción general con la titulación			1	1	11	11	4		4%	4%	39%	39%	14%	3.57			
<b>BLOQUE:SATISFACCIÓN GENERAL</b>														3.79			
Sumas y promedios														3.73			

Respuestas abiertas: Listado adjunto.

