

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

Posibles	Nº respuestas	Tasa respuesta	Media
100	27	27.0%	3.74

	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	6	7	8	5		4%	22%	26%	30%	19%	3.37
2. Distribución del Plan de estudios entre créditos teóricos, prácticos y trabajos a realizar por el alumno.			4	6	11	6			15%	22%	41%	22%	3.7
3. Mecanismos de coordinación (contenidos, equilibrio cargas de trabajo del alumno, entrega de actividades, evaluaciones, etc.).		1	2	6	13	5		4%	7%	22%	48%	19%	3.7
4. Adecuación de horarios y turnos		2	2	6	11	6		7%	7%	22%	41%	22%	3.63
5. Tamaño de los grupos		1	5	7	10	4		4%	19%	26%	37%	15%	3.41
<b>BLOQUE:PLAN DE ESTUDIOS</b>												<b>3.56</b>	
6. Conocimientos previos del estudiante para comprender el contenido de su materia	1	2	4	10	9	1	4%	7%	15%	37%	33%	4%	3.12
7. Orientación y apoyo al estudiante			1	7	12	7			4%	26%	44%	26%	3.93
8. Nivel de asistencia a clase de los estudiantes		2	9	5	9	2		7%	33%	19%	33%	7%	3.0
9. Oferta y desarrollo de programas de movilidad para estudiantes		1	1	7	11	7		4%	4%	26%	41%	26%	3.81
10. Oferta y desarrollo de prácticas externas		2	2	9	9	5		7%	7%	33%	33%	19%	3.48
<b>BLOQUE:ESTUDIANTES</b>												<b>3.47</b>	
11. Disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información sobre el título (Web, guías docentes, datos)			1		12	14			4%		44%	52%	4.44
12. Atención prestada por el Personal de Administración y Servicios del Centro			1	4	8	14			4%	15%	30%	52%	4.3
13. Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, fechas de exámenes, etc.)					2	10	15			7%	37%	56%	4.48
14. Gestión de los procesos administrativos comunes (plazo de matriculación, disponibilidad de actas, etc.)		1	1	5	6	14		4%	4%	19%	22%	52%	4.15
15. Gestión realizada por los Agentes del Título (Coordinador y Comisiones).			2	3	10	12			7%	11%	37%	44%	4.19
16. Acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad de Zaragoza.		1	7	6	5	8		4%	26%	22%	19%	30%	3.44
<b>BLOQUE:INFORMACIÓN Y GESTIÓN</b>												<b>4.17</b>	
17. Aulas para la docencia teórica			3	7	6	11			11%	26%	22%	41%	3.93
18. Recursos materiales y tecnológicos disponibles para la actividad docente (cañones de proyección, pizarras digitales, campus virtual, etc.).		2	4	9	5	7		7%	15%	33%	19%	26%	3.41
19. Espacios para prácticas (seminarios, salas de informática, laboratorios, etc.)		1	4	7	8	7		4%	15%	26%	30%	26%	3.59
20. Apoyo técnico y logístico de los diferentes servicios para el desarrollo de la docencia	1	1	3	9	6	7	4%	4%	11%	33%	22%	26%	3.58

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

Posibles	Nº respuestas	Tasa respuesta	Media
100	27	27.0%	3.74

	Frecuencias					% Frecuencias					media		
	N/C	1	2	3	4	5	N/C	1	2	3		4	5
<b>BLOQUE:RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS</b>													3.63
21. Nivel de satisfacción con la o las asignaturas que imparte			2	4	15	6		7%	15%	56%	22%		3.93
22. Nivel de satisfacción con los resultados alcanzados por los estudiantes	1		3	6	13	4	4%	11%	22%	48%	15%		3.59
23. Nivel de satisfacción general con la titulación			3	5	13	6		11%	19%	48%	22%		3.81
<b>BLOQUE:SATISFACCIÓN GENERAL</b>													3.78
Sumas y promedios													3.74

Respuestas abiertas: Listado adjunto.

