

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

Posibles	Nº respuestas	Tasa respuesta	Media
107	22	20.56%	3.65

	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	4	4	9	2	5%	9%	18%	18%	41%	9%	3.24
2. Distribución del Plan de estudios entre créditos teóricos, prácticos y trabajos a realizar por el alumno.	2	1	3	5	10	1	9%	5%	14%	23%	45%	5%	3.35
3. Mecanismos de coordinación (contenidos, equilibrio cargas de trabajo del alumno, entrega de actividades,	2	1	3	5	8	3	9%	5%	14%	23%	36%	14%	3.45
4. Adecuación de horarios y turnos		2	2	5	10	3		9%	9%	23%	45%	14%	3.45
5. Tamaño de los grupos		6	2	2	9	3		27%	9%	9%	41%	14%	3.05
BLOQUE:PLAN DE ESTUDIOS												3.3	
6. Conocimientos previos del estudiante para comprender el contenido de su materia		5	4	5	7	1		23%	18%	23%	32%	5%	2.77
7. Orientación y apoyo al estudiante			1	3	12	6			5%	14%	55%	27%	4.05
8. Nivel de asistencia a clase de los estudiantes		8	5	4	3	2		36%	23%	18%	14%	9%	2.36
9. Oferta y desarrollo de programas de movilidad para estudiantes	1		2	2	12	5	5%		9%	9%	55%	23%	3.95
10. Oferta y desarrollo de prácticas externas	1		2	2	13	4	5%		9%	9%	59%	18%	3.9
BLOQUE:ESTUDIANTES												3.4	
11. Disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información sobre el título (Web, guías docentes, datos)			1		7	14			5%		32%	64%	4.55
12. Atención prestada por el Personal de Administración y Servicios del Centro	1			2	9	10	5%			9%	41%	45%	4.38
13. Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, fechas de exámenes, etc.)	2			2	8	10	9%			9%	36%	45%	4.4
14. Gestión de los procesos administrativos comunes (plazo de matriculación, disponibilidad de actas, etc.)		1		2	12	7		5%		9%	55%	32%	4.09
15. Gestión realizada por los Agentes del Título (Coordinador y Comisiones).			1	2	11	8			5%	9%	50%	36%	4.18
16. Acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad de Zaragoza.		3	3	1	13	2		14%	14%	5%	59%	9%	3.36
BLOQUE:INFORMACIÓN Y GESTIÓN												4.16	
17. Aulas para la docencia teórica	1		1	3	10	7	5%		5%	14%	45%	32%	4.1
18. Recursos materiales y tecnológicos disponibles para la actividad docente (cañones de proyección, pizarras	2	3	1	2	10	4	9%	14%	5%	9%	45%	18%	3.55
19. Espacios para prácticas (seminarios, salas de informática, laboratorios, etc.)		1	2	1	15	3		5%	9%	5%	68%	14%	3.77
20. Apoyo técnico y logístico de los diferentes servicios para el desarrollo de la docencia		4	1	1	11	5		18%	5%	5%	50%	23%	3.55

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

Posibles	Nº respuestas	Tasa respuesta	Media
107	22	20.56%	3.65

	Frecuencias					% Frecuencias					media		
	N/C	1	2	3	4	5	N/C	1	2	3		4	5
BLOQUE:RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS													3.74
21. Nivel de satisfacción con la o las asignaturas que imparte			1	6	10	5			5%	27%	45%	23%	3.86
22. Nivel de satisfacción con los resultados alcanzados por los estudiantes		1	7	4	9	1		5%	32%	18%	41%	5%	3.09
23. Nivel de satisfacción general con la titulación			3	7	9	3		14%	32%	41%	14%	3.55	
BLOQUE:SATISFACCIÓN GENERAL													3.5
Sumas y promedios													3.65

Respuestas abiertas: Listado adjunto.

