

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

Posibles	Nº respuestas	Tasa respuesta	Media
101	24	23.76%	3.91

	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	6	13	2		4%	8%	25%	54%	8%	3.54
2. Distribución del Plan de estudios entre créditos teóricos, prácticos y trabajos a realizar por el alumno.	1		2	3	14	4	4%		8%	12%	58%	17%	3.87
3. Mecanismos de coordinación (contenidos, equilibrio cargas de trabajo del alumno, entrega de actividades,			2	6	13	3			8%	25%	54%	12%	3.71
4. Adecuación de horarios y turnos		1	3	3	13	4	4%	12%	12%	54%	17%	3.67	
5. Tamaño de los grupos		1	4	7	6	6	4%	17%	29%	25%	25%	3.5	
BLOQUE:PLAN DE ESTUDIOS												3.66	
6. Conocimientos previos del estudiante para comprender el contenido de su materia	1	3	5	5	7	3	4%	12%	21%	21%	29%	12%	3.09
7. Orientación y apoyo al estudiante			3	3	15	3			12%	12%	62%	12%	3.75
8. Nivel de asistencia a clase de los estudiantes		4	3	8	7	2		17%	12%	33%	29%	8%	3.0
9. Oferta y desarrollo de programas de movilidad para estudiantes	1			5	10	8	4%			21%	42%	33%	4.13
10. Oferta y desarrollo de prácticas externas	1		1	2	11	9	4%		4%	8%	46%	38%	4.22
BLOQUE:ESTUDIANTES												3.63	
11. Disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información sobre el título (Web, guías docentes, datos)			1		8	15			4%		33%	62%	4.54
12. Atención prestada por el Personal de Administración y Servicios del Centro	1			2	7	14	4%			8%	29%	58%	4.52
13. Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, fechas de exámenes, etc.)					9	15					38%	62%	4.62
14. Gestión de los procesos administrativos comunes (plazo de matriculación, disponibilidad de actas, etc.)	2			1	10	11	8%			4%	42%	46%	4.45
15. Gestión realizada por los Agentes del Título (Coordinador y Comisiones).	1			2	8	13	4%			8%	33%	54%	4.48
16. Acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad de Zaragoza.	1	1	3	7	8	4	4%	4%	12%	29%	33%	17%	3.48
BLOQUE:INFORMACIÓN Y GESTIÓN												4.35	
17. Aulas para la docencia teórica	1		1	3	10	9	4%		4%	12%	42%	38%	4.17
18. Recursos materiales y tecnológicos disponibles para la actividad docente (cañones de proyección, pizarras			2	3	11	8			8%	12%	46%	33%	4.04
19. Espacios para prácticas (seminarios, salas de informática, laboratorios, etc.)		1	1	3	10	9		4%	4%	12%	42%	38%	4.04
20. Apoyo técnico y logístico de los diferentes servicios para el desarrollo de la docencia			3	2	11	8			12%	8%	46%	33%	4.0

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

Posibles	Nº respuestas	Tasa respuesta	Media
101	24	23.76%	3.91

	Frecuencias					% Frecuencias					media		
	N/C	1	2	3	4	5	N/C	1	2	3		4	5
BLOQUE:RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS													4.06
21. Nivel de satisfacción con la o las asignaturas que imparte		1	1	1	12	9		4%	4%	4%	50%	38%	4.12
22. Nivel de satisfacción con los resultados alcanzados por los estudiantes		1	3	7	9	4		4%	12%	29%	38%	17%	3.5
23. Nivel de satisfacción general con la titulación		1	2	7	12	2		4%	8%	29%	50%	8%	3.5
BLOQUE:SATISFACCIÓN GENERAL													3.71
Sumas y promedios													3.91

Respuestas abiertas: Listado adjunto.

