

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

Posibles	Nº respuestas	Tasa respuesta	Media
107	27	25.23%	3.78

	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	5	6	11	4		4%	19%	22%	41%	15%	3.44
2. Distribución del Plan de estudios entre créditos teóricos, prácticos y trabajos a realizar por el alumno.				5	7	13	2		19%	26%	48%	7%	3.44
3. Mecanismos de coordinación (contenidos, equilibrio cargas de trabajo del alumno, entrega de actividades,				4	7	12	4		15%	26%	44%	15%	3.59
4. Adecuación de horarios y turnos		1	2	5	16	3		4%	7%	19%	59%	11%	3.67
5. Tamaño de los grupos		3	1	8	12	3		11%	4%	30%	44%	11%	3.41
<b>BLOQUE:PLAN DE ESTUDIOS</b>												<b>3.51</b>	
6. Conocimientos previos del estudiante para comprender el contenido de su materia		3	8	6	7	3		11%	30%	22%	26%	11%	2.96
7. Orientación y apoyo al estudiante			3	7	12	5			11%	26%	44%	19%	3.7
8. Nivel de asistencia a clase de los estudiantes		4	5	7	9	2		15%	19%	26%	33%	7%	3.0
9. Oferta y desarrollo de programas de movilidad para estudiantes				10	10	7				37%	37%	26%	3.89
10. Oferta y desarrollo de prácticas externas			2	7	13	5			7%	26%	48%	19%	3.78
<b>BLOQUE:ESTUDIANTES</b>												<b>3.47</b>	
11. Disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información sobre el título (Web, guías docentes, datos)				5	12	10				19%	44%	37%	4.19
12. Atención prestada por el Personal de Administración y Servicios del Centro				5	8	14				19%	30%	52%	4.33
13. Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, fechas de exámenes, etc.)				4	11	12				15%	41%	44%	4.3
14. Gestión de los procesos administrativos comunes (plazo de matriculación, disponibilidad de actas, etc.)				6	10	11				22%	37%	41%	4.19
15. Gestión realizada por los Agentes del Título (Coordinador y Comisiones).	1			4	10	12	4%			15%	37%	44%	4.31
16. Acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad de Zaragoza.		2	2	8	9	6		7%	7%	30%	33%	22%	3.56
<b>BLOQUE:INFORMACIÓN Y GESTIÓN</b>												<b>4.14</b>	
17. Aulas para la docencia teórica	1		2	3	13	8	4%		7%	11%	48%	30%	4.04
18. Recursos materiales y tecnológicos disponibles para la actividad docente (cañones de proyección, pizarras	1	1	2	4	10	9	4%	4%	7%	15%	37%	33%	3.92
19. Espacios para prácticas (seminarios, salas de informática, laboratorios, etc.)			2	4	13	8			7%	15%	48%	30%	4.0
20. Apoyo técnico y logístico de los diferentes servicios para el desarrollo de la docencia	1		1	7	10	8	4%		4%	26%	37%	30%	3.96

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

Posibles	Nº respuestas	Tasa respuesta	Media
107	27	25.23%	3.78

	Frecuencias					% Frecuencias					media			
	N/C	1	2	3	4	5	N/C	1	2	3		4	5	
<b>BLOQUE:RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS</b>													3.98	
21. Nivel de satisfacción con la o las asignaturas que imparte			2	5	11	9			7%	19%	41%	33%	4.0	
22. Nivel de satisfacción con los resultados alcanzados por los estudiantes			3	7	12	5			11%	26%	44%	19%	3.7	
23. Nivel de satisfacción general con la titulación		1	3	5	15	3			4%	11%	19%	56%	11%	3.59
<b>BLOQUE:SATISFACCIÓN GENERAL</b>													3.77	
Sumas y promedios													3.78	

*Respuestas abiertas: Listado adjunto.*