

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

Posibles	Respuestas	Tasa respuesta	Media
108	26	24.07%	4.08

	N/C	Frecuencias					N/C	% Frecuencias					media	
		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		
1. Distribución temporal y coordinación de módulos y/o materias a lo largo del título			2	6	12	6		8%	23%	46%	23%	3.85		
2. Distribución del Plan de estudios entre créditos teóricos, prácticos y trabajos a realizar por el alumno.	1		2	4	13	6	4%	8%	15%	50%	23%	3.92		
3. Mecanismos de coordinación (contenidos, equilibrio cargas de trabajo del alumno, entrega de actividades,	2		1	3	11	9	8%	4%	12%	42%	35%	4.17		
4. Adecuación de horarios y turnos				2	13	11			8%	50%	42%	4.35		
5. Tamaño de los grupos			4	4	7	11		15%	15%	27%	42%	3.96		
BLOQUE:PLAN DE ESTUDIOS												4.05		
6. Conocimientos previos del estudiante para comprender el contenido de su materia				7	5	10	4		27%	19%	38%	15%	3.42	
7. Orientación y apoyo al estudiante				1	2	13	10		4%	8%	50%	38%	4.23	
8. Nivel de asistencia a clase de los estudiantes	1	6	5	9	3	2	4%	23%	19%	35%	12%	8%	2.6	
9. Oferta y desarrollo de programas de movilidad para estudiantes	1		1	5	9	10	4%		4%	19%	35%	38%	4.12	
10. Oferta y desarrollo de prácticas externas	1		1	3	11	10	4%		4%	12%	42%	38%	4.2	
BLOQUE:ESTUDIANTES												3.72		
11. Disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información sobre el título (Web, guías docentes, datos)					1	6	19			4%	23%	73%	4.69	
12. Atención prestada por el Personal de Administración y Servicios del Centro	1				2	8	15	4%		8%	31%	58%	4.52	
13. Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, fechas de exámenes, etc.)					1	9	16			4%	35%	62%	4.58	
14. Gestión de los procesos administrativos comunes (plazo de matriculación, disponibilidad de actas, etc.)					2	9	15			8%	35%	58%	4.5	
15. Gestión realizada por los Agentes del Título (Coordinador y Comisiones).					1	5	20			4%	19%	77%	4.73	
16. Acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad de Zaragoza.	1				6	14	5	4%		23%	54%	19%	3.96	
BLOQUE:INFORMACIÓN Y GESTIÓN												4.5		
17. Aulas para la docencia teórica					2	3	11	10		8%	12%	42%	38%	4.12
18. Recursos materiales y tecnológicos disponibles para la actividad docente (cañones de proyección, pizarras					6	4	9	7		23%	15%	35%	27%	3.65
19. Espacios para prácticas (seminarios, salas de informática, laboratorios, etc.)					3	5	10	8		12%	19%	38%	31%	3.88
20. Apoyo técnico y logístico de los diferentes servicios para el desarrollo de la docencia					1	5	11	9		4%	19%	42%	35%	4.08

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

Posibles	Respuestas	Tasa respuesta	Media
108	26	24.07%	4.08

	Frecuencias					% Frecuencias					media		
	N/C	1	2	3	4	5	N/C	1	2	3		4	5
BLOQUE:RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS													3.93
21. Nivel de satisfacción con la o las asignaturas que imparte				3	10	13				12%	38%	50%	4.38
22. Nivel de satisfacción con los resultados alcanzados por los estudiantes			2	3	15	6			8%	12%	58%	23%	3.96
23. Nivel de satisfacción general con la titulación			1	3	15	7			4%	12%	58%	27%	4.08
BLOQUE:SATISFACCIÓN GENERAL													4.14
Sumas y promedios													4.08

Respuestas abiertas: Listado adjunto.