

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

TITULACIÓN:	Graduado en Marketing e Investigación de Mercados (450)						Posibles	Respuestas		Tasa respuesta		Media	
CENTRO:	Facultad de Economía y Empresa (109)						120	26		21.67%		4.07	
		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	2			5	11	8	8%			19%	42%	31%	4.12
2. Distribución del Plan de estudios entre créditos teóricos, prácticos y trabajos a realizar por el alumno.	2			4	13	7	8%			15%	50%	27%	4.12
3. Mecanismos de coordinación (contenidos, equilibrio cargas de trabajo del alumno, entrega de actividades,	1			4	14	7	4%			15%	54%	27%	4.12
4. Adecuación de horarios y turnos	1		1	3	11	10	4%		4%	12%	42%	38%	4.2
5. Tamaño de los grupos	1	1	3	3	7	11	4%	4%	12%	12%	27%	42%	3.96
BLOQUE:PLAN DE ESTUDIOS													4.11
6. Conocimientos previos del estudiante para comprender el contenido de su materia		1	2	11	8	4		4%	8%	42%	31%	15%	3.46
7. Orientación y apoyo al estudiante	1		1	5	9	10	4%		4%	19%	35%	38%	4.12
8. Nivel de asistencia a clase de los estudiantes	1	3	5	9	6	2	4%	12%	19%	35%	23%	8%	2.96
9. Oferta y desarrollo de programas de movilidad para estudiantes				4	11	11				15%	42%	42%	4.27
10. Oferta y desarrollo de prácticas externas				2	13	11				8%	50%	42%	4.35
BLOQUE:ESTUDIANTES													3.84
11. Disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información sobre el título (Web, guías docentes, datos)			1	2	6	17			4%	8%	23%	65%	4.5
12. Atención prestada por el Personal de Administración y Servicios del Centro	2			4	4	16	8%			15%	15%	62%	4.5
13. Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, fechas de exámenes, etc.)				3	7	16				12%	27%	62%	4.5
14. Gestión de los procesos administrativos comunes (plazo de matriculación, disponibilidad de actas, etc.)	3			2	9	12	12%			8%	35%	46%	4.43
15. Gestión realizada por los Agentes del Título (Coordinador y Comisiones).				2	4	20				8%	15%	77%	4.69
16. Acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad de Zaragoza.		3	1	3	12	7		12%	4%	12%	46%	27%	3.73
BLOQUE:INFORMACIÓN Y GESTIÓN													4.39
17. Aulas para la docencia teórica	1	1	2	3	5	14	4%	4%	8%	12%	19%	54%	4.16
18. Recursos materiales y tecnológicos disponibles para la actividad docente (cañones de proyección, pizarras	1	1	5	4	6	9	4%	4%	19%	15%	23%	35%	3.68
19. Espacios para prácticas (seminarios, salas de informática, laboratorios, etc.)	1		3	6	9	7	4%		12%	23%	35%	27%	3.8
20. Apoyo técnico y logístico de los diferentes servicios para el desarrollo de la docencia	1		2	11	6	6	4%		8%	42%	23%	23%	3.64

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

TITULACIÓN:	Graduado en Marketing e Investigación de Mercados (450)	Posibles					Respuestas					Tasa respuesta					Media
CENTRO:	Facultad de Economía y Empresa (109)	120					26					21.67%					4.07
		Frecuencias					% Frecuencias					media					
		N/C	1	2	3	4	5	N/C	1	2	3	4	5				
BLOQUE:RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS														3.82			
21. Nivel de satisfacción con la o las asignaturas que imparte					4	10	12				15%	38%	46%	4.31			
22. Nivel de satisfacción con los resultados alcanzados por los estudiantes			1	1	4	12	8		4%	4%	15%	46%	31%	3.96			
23. Nivel de satisfacción general con la titulación				1	3	16	6			4%	12%	62%	23%	4.04			
BLOQUE:SATISFACCIÓN GENERAL														4.1			
Sumas y promedios														4.07			

Respuestas abiertas: Listado adjunto.