

TITULACIÓN: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados (679)
CENTRO: Facultad de Economía y Empresa (109)

TITULACIÓN:	Graduado en Marketing e Investigación de Mercados (679)					Posibles	Respuestas		Tasa respuesta		Media							
CENTRO:	Facultad de Economía y Empresa (109)					29	7		24.14%		4.19							
						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		14%			29%	57%	4.29
2. Distribución del Plan de estudios entre créditos teóricos, prácticos y trabajos a realizar por el alumno.										4	3					57%	43%	4.43
3. Mecanismos de coordinación (contenidos, equilibrio cargas de trabajo del alumno, entrega de actividades,									1	4	2				14%	57%	29%	4.14
4. Adecuación de horarios y turnos								1		1	5		14%			14%	71%	4.43
5. Tamaño de los grupos							1	1		3	2		14%	14%		43%	29%	3.57
BLOQUE:PLAN DE ESTUDIOS																	4.17	
6. Conocimientos previos del estudiante para comprender el contenido de su materia								2	4		1		29%		57%		14%	3.0
7. Orientación y apoyo al estudiante									2	3	2				29%	43%	29%	4.0
8. Nivel de asistencia a clase de los estudiantes							1		3	3			14%		43%	43%		3.14
9. Oferta y desarrollo de programas de movilidad para estudiantes									1	1	5				14%	14%	71%	4.57
10. Oferta y desarrollo de prácticas externas									3	1	3				43%	14%	43%	4.0
BLOQUE:ESTUDIANTES																	3.74	
11. Disponibilidad, accesibilidad y utilidad de la información sobre el título (Web, guías docentes, datos)										3	4					43%	57%	4.57
12. Atención prestada por el Personal de Administración y Servicios del Centro										3	4					43%	57%	4.57
13. Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, fechas de exámenes, etc.)										1	6					14%	86%	4.86
14. Gestión de los procesos administrativos comunes (plazo de matriculación, disponibilidad de actas, etc.)										2	5					29%	71%	4.71
15. Gestión realizada por los Agentes del Título (Coordinador y Comisiones).										1	6					14%	86%	4.86
16. Acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad de Zaragoza.										5	2					71%	29%	4.29
BLOQUE:INFORMACIÓN Y GESTIÓN																	4.64	
17. Aulas para la docencia teórica									1	1	5				14%	14%	71%	4.57
18. Recursos materiales y tecnológicos disponibles para la actividad docente (cañones de proyección, pizarras									1	4	2				14%	57%	29%	4.14
19. Espacios para prácticas (seminarios, salas de informática, laboratorios, etc.)								1	2	3	1		14%		29%	43%	14%	3.57
20. Apoyo técnico y logístico de los diferentes servicios para el desarrollo de la docencia								1	3		3		14%		43%		43%	3.71

TITULACIÓN: Graduado en Marketing e Investigación de Mercados (679)
CENTRO: Facultad de Economía y Empresa (109)

Posibles	Respuestas	Tasa respuesta	Media
29	7	24.14%	4.19

Frecuencias						% Frecuencias						media	
N/C	1	2	3	4	5	N/C	1	2	3	4	5		
BLOQUE:RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS												4.0	
21. Nivel de satisfacción con la o las asignaturas que imparte												4.43	
22. Nivel de satisfacción con los resultados alcanzados por los estudiantes												4.29	
23. Nivel de satisfacción general con la titulación												4.29	
BLOQUE:SATISFACCIÓN GENERAL												4.33	
Sumas y promedios												4.19	

Respuestas abiertas: Listado adjunto.