



## Informe de Evaluación de la Calidad – Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

Periodo de evaluación: 1 año académico

- Curso 2021/2022

### 0.– Seguimiento del PAIM del curso anterior

Acción	Descripción	Estado	Actuaciones Realizadas
Facilitar más información a los estudiantes sobre las líneas y tutores para el Trabajo Fin de Máster	Publicar en la página web de la Facultad un listado con las líneas de investigación ofertadas para la realización del TFM, así como el tutor o tutores responsables de cada una de ellas.	Realizado	La coordinadora solicitó a los dos departamentos implicados en la docencia del Máster, sendos listados con las líneas ofertadas y tutores. En Octubre de 2021, esta información se puso a disposición de los estudiantes en el siguiente enlace: <a href="https://fecem.unizar.es/titulaciones/master-marketing">https://fecem.unizar.es/titulaciones/master-marketing</a>
Mejorar el control del nivel lingüístico de los estudiantes extranjeros que acceden al Máster	Además de exigir una certificación oficial del conocimiento del idioma español a los estudiantes extranjeros, si se considera necesario se comprobará el nivel de idioma mediante una entrevista.	Realizado	Durante el proceso de admisión, se realizaron entrevistas online a solicitantes extranjeros para comprobar el nivel de idioma.
Introducción de los objetivos del desarrollo sostenible (ODS) en las guías docentes de las asignaturas	Atendiendo a las instrucciones del Vicerrectorado de política académica, se seguirá trabajando en la inclusión paulatina en las guías docentes de información que visibilice la aportación de cada asignatura a los diferentes ODS.	Realizado	Todas las guías docentes del curso 22/23 incorporan información sobre su aportación a la consecución de los ODS ( <a href="https://estudios.unizar.es/estudio/asignaturas?anyo_academico=2022&amp;estudio_id=20220697&amp;centro_id=109&amp;plan_id_nk=555&amp;sort=curso">https://estudios.unizar.es/estudio/asignaturas?anyo_academico=2022&amp;estudio_id=20220697&amp;centro_id=109&amp;plan_id_nk=555&amp;sort=curso</a> )

<p>Comunicar a los departamentos las solicitudes recibidas sobre docencia en el Máster</p>	<p>Diversos profesores han manifestado interés por comenzar a dar clases en asignaturas del máster. Estas solicitudes se pondrán en conocimiento de los correspondientes departamentos para que en el uso de la autonomía y responsabilidad que tienen en la distribución de la docencia de las asignaturas entre su plantilla de profesores, tomen las decisiones oportunas, respetando los criterios de calidad docente que existen en el Máster.</p>	<p>Realizado</p>	<p>A través de reuniones con los directores de departamento, la coordinadora ha puesto en su conocimiento la existencia de profesores interesados en participar en el Máster.</p>
<p>Fomentar la participación en las encuestas de satisfacción</p>	<p>Seguir incrementando el porcentaje de respuesta de los estudiantes a las encuestas. En el curso 2020/21, la tasa de respuesta fue especialmente baja en la encuesta de satisfacción de los estudiantes con la titulación (27%) y en la encuesta sobre el Trabajo Fin de Máster (18%).</p>	<p>Realizado</p>	<p>Durante los plazos habilitados para realizar las encuestas de las asignaturas del primer semestre, la coordinadora envió mail recordatorio a los estudiantes y habló con algunos profesores responsables de asignaturas para las que la tasa de respuesta observada era baja, aconsejándoles dedicar un tiempo de clase para la realización de las encuestas.</p>

Incrementar la difusión del Máster	Dar difusión al máster a través de las diferentes redes sociales en las que tiene presencia la Facultad de Economía y Empresa (Twitter, LinkedIn, etc), así como grabar un vídeo promocional sobre el Máster (requisitos de acceso, contenidos, salidas profesionales, etc), que se colgará en la web de la Facultad,	Realizado	En colaboración con el Decanato de FECEM, se grabó un vídeo informativo sobre el Máster en junio de 2022. El vídeo está colgado en la página web de la Facultad <a href="https://fecem.unizar.es/titulaciones/master-marketing">https://fecem.unizar.es/titulaciones/master-marketing</a>
Internacionalización	En coordinación con el Vicedecanato de Relaciones Internacionales se trabajará para que los estudiantes del Máster puedan realizar intercambios a través del programa Erasmus.	Realizado	Para el curso 21/22, se publicó en octubre de 2021 una convocatoria para alumnos de Másteres de FECEM dentro del programa ERASMUS+.

## 1.— Desarrollo y despliegue del plan de estudios

### 1.1.— Admisión y reconocimiento

#### Oferta/Nuevo ingreso/Matrícula

**Titulación:** Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

**Centro:** Facultad de Economía y Empresa

**Datos a fecha:** 15-01-2023

Curso	Plazas ofertadas	Estudiantes nuevo ingreso	Estudiantes matriculados	Titulados
2016-2017	30	14	21	8
2017-2018	30	10	17	8
2018-2019	30	12	14	10
2019-2020	30	17	21	13
2020-2021	20	16	23	15
2021-2022	20	19	25	15

## Créditos reconocidos

Estudio: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

Centro: Facultad de Economía y Empresa

Datos a fecha: 15-01-2023

Curso	Créditos reconocidos	Estudiantes con créditos reconocidos	Créditos matriculados	Porcentaje
2016-2017	24.00	1	924	2.6
2017-2018	15.00	1	660	2.27
2018-2019	0.00	0	726	0
2019-2020	0.00	0	1083	0
2020-2021	0.00	0	1026	0
2021-2022	0.00	0	1107	0

## Estudio previo de los estudiantes de nuevo ingreso

Año académico: 2021/2022

Estudio: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

Centro: Facultad de Economía y Empresa

Datos a fecha: 15-01-2023

Nombre del estudio previo	Número de alumnos
Graduado en Administración y Dirección de Empresas	9
No informado	6
Graduado en Marketing e Investigación de Mercados	2
Graduado en Economía	1
LIC. EN C.C.E.E. SEC. EMPRESARIALES	1

## Perfil de ingreso de los estudiantes: procedencia (CCAA)

Estudio: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

Centro: Facultad de Economía y Empresa

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Aragón	10	9	10	15	15	17
CCAA distinta a Aragón	1	1	0	1	0	2
No informado	3	0	2	1	1	0

## Perfil de ingreso de los estudiantes: procedencia (país)

Estudio: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

Centro: Facultad de Economía y Empresa

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
País dentro del EEES	12	8	8	14	13	16
País fuera del EEES	2	2	4	3	3	3
No informado	0	0	0	0	0	0

## Perfil de ingreso de los estudiantes: género

Estudio: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing  
Centro: Facultad de Economía y Empresa

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Hombre	3	0	6	5	5	9
Mujer	11	10	6	12	11	10
Otros	0	0	0	0	0	0

## Perfil de ingreso de los estudiantes: edad

Estudio: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing  
Centro: Facultad de Economía y Empresa

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Menor de 25	7	6	8	6	11	14
25-29	6	2	2	6	3	3
30-34	1	2	1	2	1	0
35 o mayor	0	0	1	3	1	2

No aplicable.

## 2.— Información y Transparencia

La Universidad de Zaragoza dispone de los procedimientos necesarios para comunicar a todos los grupos de interés las características del programa formativo, así como los procesos que garantizan su calidad. En concreto cuenta con la instrucción técnica sobre la información pública de las titulaciones oficiales IT-002 <https://estudios.unizar.es/pdf/procedimientos/it002.pdf> en la que se establecen los responsables y la forma en que se efectúa la publicación y revisión de información relativa a las características del programa formativo, sistemas de acceso y admisión, su desarrollo y sus resultados, incluyendo los procesos de seguimiento y de acreditación. Dicha información se encuentra disponible en la web <http://estudios.unizar.es>; principal plataforma de publicación de información de las titulaciones oficiales de la Universidad de Zaragoza.

Por otro lado, en el Portal de Transparencia de la Universidad de Zaragoza pueden consultarse los resultados académicos de forma gráfica, por titulaciones o de forma global, y por cursos académicos concretos, a través de la siguiente dirección <https://portaltransparencia.unizar.es/titulaciones>.

Asimismo, desde el Área de Calidad y Mejora de la Inspección General de Servicios se elaboran, publican y difunden informes de resultados académicos y de encuestas, presentando dichos resultados por curso académico, de forma global, por rama de conocimiento y por titulación, comparándolos con los datos de cursos anteriores, facilitando el análisis de la evolución producida. Dichos informes están disponibles en los siguientes enlaces:

-Informes de calidad de las titulaciones:

<https://inspecciongeneral.unizar.es/calidad-y-mejora/informes-de-calidad-de-las-titulaciones>

-Informes de resultados de encuestas:

<https://encuestas.unizar.es/resultados-encuestas>

Toda la información relacionada con el título es fácilmente accesible para los distintos grupos de interés, a través de la página web <http://estudios.unizar.es> de cada titulación, publicándose en el momento oportuno. En concreto, las guías docentes de cada asignatura se actualizan y publican con carácter anual siempre antes del inicio del curso académico para facilitar la matrícula de los y las estudiantes de manera que tengan acceso, con antelación suficiente, a la información relevante sobre los resultados de aprendizaje

previstos, el despliegue del plan de estudios, y las actividades formativas y de evaluación.

### 3.— Garantía de calidad, revisión y mejora

El Sistema Interno de Garantía de la Calidad implantado en la Universidad de Zaragoza asegura la mejora continua de la titulación a través de la recogida y análisis de información cuantitativa y cualitativa; la revisión del título a partir del análisis de la información recogida; y el diseño y ejecución de acciones de mejora derivadas del Informe de Evaluación de la Calidad.

Para ello dispone de distintos sistemas de recogida y análisis de la información entre los que se encuentran, por un lado, los procedimientos de análisis de la satisfacción de los distintos grupos de interés (Q222, Q223, Q224), a través de la plataforma ATENEA, y por otro la aplicación de analítica de datos DATUZ, una potente herramienta que integra en un único entorno las distintas bases de datos centralizadas (matrícula, admisión, gestión de personal, gestión de la investigación, etc.), sirviendo de fuente de datos y alimentando los procesos de seguimiento de las titulaciones, y a la que progresivamente se van incorporando datos provenientes de otras fuentes (encuestas, proyectos de innovación, etc.).

Entre los procedimientos implantados para la revisión del título se encuentra el Q212 Procedimiento para la elaboración del Informe de Evaluación de la Calidad, a través del cual la Comisión de Evaluación analiza y revisa los aspectos docentes y organizativos del título, elaborando un diagnóstico de la situación de la titulación, identificando los aspectos susceptibles de mejora que contribuyen a la mejora continua y sirven de apoyo para la toma de decisiones de modificación y, en su caso, renovación de la acreditación del título. El procedimiento Q214 facilita el diseño y ejecución de las acciones de mejora a través del Plan de Innovación y Mejora (PAIM) derivadas tanto de los Informes de Evaluación de la Calidad como, en su caso, de los informes de seguimiento externo.

Manual de procedimientos del SIGC <https://estudios.unizar.es/pagina/ver?id=7>

### 4.— Personal académico y de apoyo a la docencia

#### 4.1.— Personal académico

#### Tabla de estructura del profesorado

Año académico: 2021/2022

Estudio: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

Centro: Facultad de Economía y Empresa

Datos a fecha: 18-12-2022

Categoría	Total	%	En primer curso	Nº total sexenios	Nº total quinquenios	Horas impartidas	%
Cuerpo de Catedráticos de Universidad	17	28,81	17	71	95	387,0	35,83
Cuerpo de Profesores Titulares de Universidad	27	45,76	27	60	103	450,0	41,67
Profesor Contratado Doctor	11	18,64	11	12	0	194,0	17,96
Profesor Ayudante Doctor	2	3,39	2	1	0	25,0	2,31
Profesor con contrato de interinidad	1	1,69	1	0	0	12,0	1,11
Profesor Emérito	1	1,69	1	0	0	12,0	1,11
<b>Total personal académico</b>	<b>59</b>	<b>100,00</b>	<b>59</b>	<b>144</b>	<b>198</b>	<b>1.080,0</b>	<b>100,00</b>

## Evolución del profesorado

**Estudio:** Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing  
**Centro:** Facultad de Economía y Empresa

Categoría	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Cuerpo de Catedráticos de Universidad	11	12	11	12	15	16	17
Cuerpo de Profesores Titulares de Universidad	27	28	25	28	30	29	27
Profesor Contratado Doctor	6	7	9	8	6	7	11
Profesor Ayudante Doctor	0	0	0	1	3	3	2
Profesor con contrato de interinidad	0	0	0	0	0	0	1
Profesor Emérito	0	0	0	0	0	0	1
Horas profesorado permanente	98,77 %	97,62 %	96,41 %	95,41 %	96,55 %	96,25 %	95,46 %
Horas profesorado no permanente	1,23 %	2,38 %	3,59 %	4,59 %	3,45 %	3,75 %	4,54 %

### 4.2.— Personal de apoyo a la docencia

#### Evolución del PAS de apoyo a la docencia

**Estudio:** Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing  
**Centro:** Facultad de Economía y Empresa

Especialidad RPT	Tipo personal	2016-06	2017-06	2018-06	2019-06	2020-06	2021-06
Administración y Svcs.Grales.	De carrera	35	32	33	29	32	32
Administración y Svcs.Grales.	En prácticas				2		
Administración y Svcs.Grales.	Interino	6	10	13	9	10	8
Apoy. Doc. Inv. Lab.Arch.Bibl.	De carrera	10	8	8	7	7	7
Apoy. Doc. Inv. Lab.Arch.Bibl.	Interino	5	7	7	8	8	8
Fuera RPT	Interino	3	3	1	2	1	1
Técnica, Mantenim. y Oficios	Interino	2	2	2	2	2	2
Técnica, Mantenim. y Oficios	Temporal	1	1	1	1	1	1
<b>Total PAS</b>		<b>62</b>	<b>63</b>	<b>65</b>	<b>60</b>	<b>61</b>	<b>59</b>

### 4.3.— Formación para la mejora de la docencia

Con base en la información sobre los cursos de formación realizados por el PDI que imparte docencia en la titulación disponible en <https://innovaciondocente.unizar.es/master/loginLDAP.php>, la valoración de este apartado y, en su caso, los aspectos susceptibles de mejora, se recogen en el apartado 8.1 del presente informe.

### 4.4.— Innovación docente

## Innovación docente

**Estudio:** Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing  
**Centro:** Facultad de Economía y Empresa

	2016	2017	2018	2019	2021
Nº de proyectos de innovación en los que han participado los profesores del estudio	18	23	20	35	32
Nº de proyectos PIET (Innovación Estratégica de la Titulación) aprobados	0	0	0	0	0
Nº de profesores del estudio que han participado en proyectos de innovación	25	27	26	34	36

## 5.— Recursos para el aprendizaje

### Estudiantes en planes de movilidad (IN)

**Estudio:** Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing  
**Centro:** Facultad de Economía y Empresa

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
SICUE			0	0	0	0
Erasmus			2	4	4	1
Movilidad virtual UNITA			0	0	0	0
Movilidad rural UNITA			0	0	0	0
Movilidad iberoamericana			0	0	0	0
NOA			0	0	0	0
Otros			0	0	0	0
Total			2	4	4	1

### Estudiantes en planes de movilidad (OUT)

**Estudio:** Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing  
**Centro:** Facultad de Economía y Empresa

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
SICUE						
Erasmus						
Movilidad virtual UNITA						
Movilidad iberoamericana						
NOA						
Otros						
Total						

## Porcentaje de titulados con estancia de movilidad internacional

Estudio: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

Centro: Facultad de Economía y Empresa

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
% de titulados	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

## 6.— Resultados de aprendizaje

### 6.1.— Resultados del proceso de formación

## Distribución de calificaciones

Año académico: 2021/2022

**Estudio:** Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

**Centro:** Facultad de Economía y Empresa

**Datos a fecha:** 15-01-2023

Curso	Código	Asignatura	No pre	% Sus	% Apr	% Not	% Sob	% MH	% Otr	%
1	61750	Dirección estratégica	0	0,0	13 72,2	4 22,2	0 0,0	0 0,0	0 0,0	0 0,0
1	61751	Bases teóricas en dirección y organización de empresas	0	0,0	6 33,3	11 61,1	1 5,6	0 0,0	0 0,0	0 0,0
1	61752	Bases teóricas en márketing	0	0,0	6 33,3	12 66,7	0 0,0	0 0,0	0 0,0	0 0,0
1	61753	Nuevas herramientas metodológicas en investigación de los mercados	0	0,0	6 31,6	12 63,2	1 5,3	0 0,0	0 0,0	0 0,0
1	61754	Comportamiento del consumidor	0	0,0	1 8,3	7 58,3	3 25,0	1 8,3	0 0,0	0 0,0
1	61755	El consumidor y el procesamiento de la información comercial	1	11,1	3 33,3	3 33,3	1 11,1	1 11,1	0 0,0	0 0,0
1	61756	Gestión de relaciones y valor del cliente	0	0,0	3 23,1	6 46,2	3 23,1	1 7,7	0 0,0	0 0,0
1	61757	La dirección de marca en las organizaciones	0	0,0	0 0,0	6 75,0	2 25,0	0 0,0	0 0,0	0 0,0
1	61758	Márketing medioambiental	0	0,0	2 25,0	5 62,5	1 12,5	0 0,0	0 0,0	0 0,0
1	61759	Medios de comunicación no convencionales	0	0,0	3 50,0	2 33,3	0 0,0	1 16,7	0 0,0	0 0,0
1	61760	Métodos de modelización	0	0,0	0 0,0	5 55,6	3 33,3	1 11,1	0 0,0	0 0,0
1	61761	Particularidades del consumidor on-line	0	0,0	0 0,0	5 50,0	5 50,0	0 0,0	0 0,0	0 0,0
1	61762	Resultados del márketing interno y externo	0	0,0	1 10,0	9 90,0	0 0,0	0 0,0	0 0,0	0 0,0
1	61763	Tecnologías de la información y relaciones comerciales	0	0,0	0 0,0	5 55,6	3 33,3	1 11,1	0 0,0	0 0,0
1	61764	Actividad emprendedora: perspectivas teóricas y empíricas	0	0,0	1 20,0	1 20,0	3 60,0	0 0,0	0 0,0	0 0,0
1	61765	Diseño organizativo	1	25,0	3 75,0	0 0,0	0 0,0	0 0,0	0 0,0	0 0,0
1	61766	Economía social y emprendedores sociales	0	0,0	0 0,0	4 80,0	1 20,0	0 0,0	0 0,0	0 0,0
1	61767	Gobierno corporativo en la empresa: familiar, gerencial y pública	1	50,0	0 0,0	0 0,0	1 50,0	0 0,0	0 0,0	0 0,0
1	61768	Estrategia y valor de la empresa	1	25,0	0 0,0	2 50,0	1 25,0	0 0,0	0 0,0	0 0,0
1	61769	Gestión de la innovación	1	25,0	0 0,0	3 75,0	0 0,0	0 0,0	0 0,0	0 0,0
1	61770	Gestión flexible de las organizaciones	1	16,7	0 0,0	3 50,0	2 33,3	0 0,0	0 0,0	0 0,0
1	61771	Gestión medioambiental y RSC	0	0,0	1 20,0	3 60,0	0 0,0	1 20,0	0 0,0	0 0,0
1	61772	Modelos de gobierno y control de la empresa	1	33,3	0 0,0	2 66,7	0 0,0	0 0,0	0 0,0	0 0,0
1	61773	Gestión de recursos humanos: un enfoque multidisciplinar	0	0,0	0 0,0	5 71,4	2 28,6	0 0,0	0 0,0	0 0,0
1	61774	Trabajo fin de Máster	5	23,8	1 4,8	0 0,0	9 42,9	3 14,3	3 14,3	0 0,0

## Análisis de los indicadores del título

Año académico: 2021/2022

Titulación: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

Centro: Facultad de Economía y Empresa

Datos a fecha: 15-01-2023

Curso	Cód As	Asignatura	Mat	Rec Equi Conv	Apro	Susp	No pre	Tasa éxito	Tasa rend
<b>Cód As:</b> Código Asignatura   <b>Mat:</b> Matriculados   <b>Apro:</b> Aprobados   <b>Susp:</b> Suspendidos   <b>No Pre:</b> No presentados   <b>Tasa Rend:</b> Tasa Rendimiento									
1	61750	Dirección estratégica	18	0	17	1	0	94.44	94.44
1	61751	Bases teóricas en dirección y organización de empresas	18	0	18	0	0	100.00	100.00
1	61752	Bases teóricas en márketing	18	0	18	0	0	100.00	100.00
1	61753	Nuevas herramientas metodológicas en investigación de los mercados	19	0	19	0	0	100.00	100.00
1	61754	Comportamiento del consumidor	12	0	12	0	0	100.00	100.00
1	61755	El consumidor y el procesamiento de la información comercial	9	0	8	0	1	100.00	88.89
1	61756	Gestión de relaciones y valor del cliente	13	0	13	0	0	100.00	100.00
1	61757	La dirección de marca en las organizaciones	8	0	8	0	0	100.00	100.00
1	61758	Márketing medioambiental	8	0	8	0	0	100.00	100.00
1	61759	Medios de comunicación no convencionales	6	0	6	0	0	100.00	100.00
1	61760	Métodos de modelización	9	0	9	0	0	100.00	100.00
1	61761	Particularidades del consumidor on-line	10	0	10	0	0	100.00	100.00
1	61762	Resultados del márketing interno y externo	10	0	10	0	0	100.00	100.00
1	61763	Tecnologías de la información y relaciones comerciales	9	0	9	0	0	100.00	100.00
1	61764	Actividad emprendedora: perspectivas teóricas y empíricas	5	0	5	0	0	100.00	100.00
1	61765	Diseño organizativo	4	0	3	0	1	100.00	75.00
1	61766	Economía social y emprendedores sociales	5	0	5	0	0	100.00	100.00
1	61767	Gobierno corporativo en la empresa: familiar, gerencial y pública	2	0	1	0	1	100.00	50.00
1	61768	Estrategia y valor de la empresa	4	0	3	0	1	100.00	75.00
1	61769	Gestión de la innovación	4	0	3	0	1	100.00	75.00
1	61770	Gestión flexible de las organizaciones	6	0	5	0	1	100.00	83.33
1	61771	Gestión medioambiental y RSC	5	0	5	0	0	100.00	100.00
1	61772	Modelos de gobierno y control de la empresa	3	0	2	0	1	100.00	66.67
1	61773	Gestión de recursos humanos: un enfoque multidisciplinar	7	0	7	0	0	100.00	100.00
1	61774	Trabajo fin de Máster	21	0	15	1	5	93.75	71.43

### 6.2.— Rendimiento y resultados académicos

## Tasas de éxito/rendimiento/eficiencia

**Titulación:** Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

**Centro:** Facultad de Economía y Empresa

**Datos a fecha:** 15-01-2023

Curso	Éxito	Rendimiento	Eficiencia
2016-2017	100.00	79.22	100.00
2017-2018	98.90	84.91	95.24
2018-2019	100.00	90.91	100.00
2019-2020	100.00	87.81	98.48
2020-2021	98.66	85.96	96.15
2021-2022	98.25	91.06	94.93

## Tasas de abandono/graduación

**Titulación:** Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

**Centro:** Facultad de Economía y Empresa

**Datos a fecha:** 15-01-2023

Curso de la cohorte de nuevo ingreso (*)	Abandono	Graduación
2016-2017	15.38	76.92
2017-2018	33.33	55.56
2018-2019	0.00	100.00
2019-2020	6.25	87.50
2020-2021	6.67	80.00

(\*) El curso de la cohorte de nuevo ingreso muestra el curso académico de inicio de un conjunto de estudiantes que acceden a una titulación por preinscripción. Los datos de la tasa de graduación y abandono de una cohorte en el curso académico 'x' estarán disponibles a partir del curso 'x+n', donde 'n' es la duración en años del plan de estudios.

**Titulación:** Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

**Centro:** Facultad de Economía y Empresa

**Datos a fecha:** 15-01-2023

Curso	Duración media graduados
2016-2017	1.00
2017-2018	1.29
2018-2019	1.00
2019-2020	1.08
2020-2021	1.21
2021-2022	1.23

## 7.— Satisfacción y egreso

## Satisfacción y egreso

Estudio: Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing  
Centro: Facultad de Economía y Empresa  
Plan: 555

Encuesta	2016		2017		2018		2019		2020		2021	
	% Tasa	Media										
Evaluación de la enseñanza	38.22	4.54	43.07	3.96	49.12	4.68	65.34	4.39	38.67	4.23	67.76	4.38
Cuestionario de valoración de la actividad docente		4.74		4.28		4.76		4.60		4.55		4.56
Satisfacción del profesorado con la titulación y los servicios	31.90	3.76	24.40	4.16	40.40	3.88	39.20	4.10	59.30	3.95	29.80	4.08
Satisfacción global con la titulación	5.30	2.85	20.00	3.49	33.30	3.81	40.00	3.55	31.80	3.59	40.90	3.85
Trabajo fin de grado máster.			6.70	3.15	25.00	4.56	30.00	4.54	22.70	4.24	27.30	4.46

- % Tasa: nº de respuestas/nº de respuestas posibles. \*En el cuestionario de valoración de actividad docente no es posible calcular la tasa de respuesta al ser desconocido el número de respuestas posibles.
- Media: media de satisfacción en una escala de valores de 1 a 5

## 8.— Orientaciones a la mejora

### 8.1.— Valoración del curso e identificación de los aspectos susceptibles de mejora

Del estudio de los datos e información mostrados en el presente informe de Evaluación de la Calidad y los Resultados de Aprendizaje correspondiente al curso 2021/2022, se deduce que el Máster Universitario en Dirección Estrategia y Marketing mantiene una demanda adecuada al número de plazas ofertadas, presenta unos buenos resultados académicos en todas las asignaturas que lo componen, y funciona de forma correcta y satisfactoria para los diferentes agentes implicados en la titulación.

Así, las cifras de estudiantes de nuevo ingreso, y número total de estudiantes matriculados en el Máster ha seguido una tendencia creciente en los últimos años, lo que constituye un indicio del buen funcionamiento del título. Se observa además que hay una buena adecuación entre la demanda y el número de plazas ofertadas. En el curso 21/22 hubo 19 estudiantes de nuevo ingreso (la cifra más alta desde la puesta en funcionamiento del Máster), siendo 20 el número de plazas ofertadas.

En cuanto a los resultados académicos, los datos presentados son muy satisfactorios. Así, la Tasa de Éxito de la titulación (créditos superados sobre créditos presentados) se ha situado en valores similares a los de los años previos (concretamente en el curso 21/22 ha sido un 98,25%), y en línea con la tasa prevista en la memoria de verificación (98%). La Tasa de Rendimiento (créditos superados sobre créditos matriculados), ha sido del 91%, algo superior a la de los cursos previos y a la prevista en la memoria de verificación (75%). Además, existe una gran homogeneidad en el valor de las tasas de éxito y rendimiento de las diferentes asignaturas, sin que se observen diferencias importantes entre ellas. De los datos anteriores, se deduce que prácticamente todos los alumnos que realizan la evaluación aprueban, y que apenas existen alumnos no presentados. En cuanto a los datos disponibles de la Tasa de eficiencia (Relación porcentual entre el número total de créditos del plan de estudios y el número total de créditos en los que han tenido que matricularse los estudiantes) se observa como las cifras son también muy elevadas (94,9% en el curso 21/22) y superiores a la tasa prevista en la memoria (90%). De ello se deduce que las segundas matrículas en las asignaturas del máster son muy excepcionales.

En relación al grado de satisfacción de los diferentes grupos encuestados, los datos son también bastante satisfactorios. Los estudiantes otorgan una valoración media de 4,38 (sobre 5) a las diferentes asignaturas, de 4,56 (sobre 5) a los profesores, de 3,85 (sobre 5) al conjunto de la titulación, y de 4,46 (sobre 5) al Trabajo fin de Máster. La participación de este colectivo en todas las encuestas (67,8% en la encuesta de asignaturas, 40,9% en la encuesta de titulación, y 27,3% en la encuesta de TFM) ha aumentado respecto al

curso pasado y alcanza la cifra más alta de todos los años para los que se presenta información. En el caso del profesorado, la satisfacción global con la titulación y los servicios alcanza un valor medio de 4,08 (sobre 5). Sin embargo, la tasa de participación de este colectivo en las encuestas (29,8%) ha disminuido mucho respecto al curso pasado (59,3%) y es la segunda más baja del histórico presentado en la tabla.

Una vez resaltados los principales aspectos que demuestran un funcionamiento correcto y satisfactorio de la titulación en sus principales dimensiones, se exponen a continuación aquellas cuestiones que, tras el análisis de la información que aparece en los apartados 1 a 7 y otra disponible, se han detectado como susceptibles de mejora, así como su relación con los objetivos de calidad de la Facultad de Economía y Empresa:

- 1.- Bajo nivel de internacionalización del Máster: En el curso 21/22 solo tuvimos un alumno ERASMUS matriculado en las asignaturas del Máster, y ningún alumno de nuestro Máster ha participado en programas de movilidad. (Objetivo 3.1.3\_Favorecer la movilidad de los estudiantes)
- 2.- La tasa de respuesta a algunas encuestas se sitúa en niveles mejorables. Especialmente, la tasa de respuesta del profesorado a las encuestas disminuyó considerablemente en el curso 2021/22. (Objetivo 4.1.1.\_Compromiso con la supervisión, evaluación y mejora de los indicadores)
- 3.- No se dispone de información reciente sobre el perfil de egreso de nuestros titulados y su grado de inserción laboral. Un elemento que dificulta el seguimiento de los egresados es el escaso tiempo que la Universidad mantiene la cuenta de correo institucional a los titulados. (Objetivo 4.1.1.\_Compromiso con la supervisión, evaluación y mejora de los indicadores)
4. Pese a ser un máster de investigación, son pocos los alumnos del mismo que se incorporan posteriormente al programa de doctorado. (Objetivo 3.1.1.\_Orientación de nuestras enseñanzas a los estudiantes)
5. En reuniones con los estudiantes, éstos indican que consideran insuficiente y tardío el feedback que reciben del profesorado en relación a las actividades de evaluación continua que van realizando durante el curso. (Objetivo 3.1.1.\_Orientación de nuestras enseñanzas a los estudiantes)

Finalmente, se ofrecen a continuación algunos comentarios sobre la adecuación de los perfiles de ingreso y egreso del estudiantado. En cuanto al perfil de ingreso, cabe señalar que la Comisión Académica del Máster revisa cuidadosamente toda la información presentada por los solicitantes al Máster, con el fin de asegurar que el perfil de los alumnos de nuevo ingreso se corresponde con lo establecido en la memoria de verificación del Máster, donde se indica que "el acceso al Máster en Dirección, Estrategia y Marketing se circunscribe a las siguientes titulaciones: grados en Administración y Dirección de Empresas, Marketing e Investigación de Mercados, Finanzas y Contabilidad, Economía, Ingeniería de Organización Industrial, ingenierías de la rama industrial con especialidad o mención en Organización Industrial, o Relaciones Laborales y Recursos Humanos, licenciaturas en Administración y Dirección de Empresas (LADE), Economía (LE), Ciencias Económicas y Empresariales y las ingenierías en Organización Industrial, Ingeniería Industrial con especialidad o mención de Organización Industrial así como aquellas titulaciones cuyas competencias sean similares a las que se obtienen en las licenciaturas, grados o ingenierías mencionados". Con respecto al nivel de idioma, en el caso de estudiantes extranjeros cuya lengua materna no es el español, la Universidad les exige que acrediten el nivel de idioma mediante un certificado oficial. Desde el curso 2021/22, la Comisión Académica del máster realiza además entrevistas a los estudiantes en caso de duda. Con todo ello, la Comisión Académica garantiza que los alumnos que acceden a este máster de investigación tienen los conocimientos y nivel de idioma adecuados para poder seguir los estudios sin problema. Ello se traduce en las elevadas tasas de éxito y rendimiento comentadas anteriormente, corroborando a su vez, que el perfil de ingreso establecido en la Memoria de Verificación resulta adecuado.

Con respecto al perfil de egreso, cabe señalar que el máster tiene un carácter fundamentalmente académico y trata de formar investigadores especialistas en los ámbitos relacionados con la Dirección de empresas y la Comercialización e investigación de mercados. Entre los previsibles destinos profesionales de los titulados están la incorporación a la plantilla de profesorado de las diferentes universidades españolas o extranjeras, servicios de estudios de empresas e instituciones públicas, actividades de consultoría y puestos de alta dirección. No se dispone, sin embargo, de información reciente sobre el perfil de egreso de los titulados del máster que permita comprobar su adecuación a las salidas profesionales anteriormente mencionadas, siendo éste uno de los aspectos susceptibles de mejora que se han indicado previamente.

## 8.2.— Respuesta a las recomendaciones contenidas en los informes externos de las agencias de calidad

No existe ningún informe reciente de la agencia de calidad. El último se emitió en 2018, habiendo dado ya respuesta a las recomendaciones incluidas en el mismo en los Informes de Evaluación de cursos previos .

## 8.3.— Identificación de buenas prácticas

## 9.— Respuesta a las reclamaciones, quejas e incidencias recibidas

Durante el curso 2021/22 no se produjeron reclamaciones, quejas o incidencias reseñables.

## 10.— Fuentes de información

- Carga automática de datos e indicadores desde la aplicación analítica DATUZ <https://datuz.unizar.es/>
- Catálogo de indicadores (definición):  
[https://inspecciongeneral.unizar.es/sites/inspecciongeneral.unizar.es/files/archivos/calidad\\_mejora/a-q212-2.pdf](https://inspecciongeneral.unizar.es/sites/inspecciongeneral.unizar.es/files/archivos/calidad_mejora/a-q212-2.pdf)
- Encuestas de satisfacción: <https://encuestas.unizar.es/>

## 11.— Datos de aprobación

Con fecha 25 de enero de 2023, el informe es aprobado por unanimidad de todos los asistentes.

Asistentes a la reunión:

Nuria Acalde Fradejas (Profesora y coordinadora del Máster)

Carlos Flavián Blanco (Profesor)

M<sup>a</sup> Luisa Ramírez Alesón (Profesora)

Sophia Bettina Dadak (Estudiante)

Talía Alejandra Gómez Aguas (Estudiante)

Júlia Marchan Moreno (Estudiante)

José Luis Bernal Agudo (Experto CIFICE nombrado por el Rector)

Víctor Belda Grávalos (Experto externo nombrado por el Centro)

---