



Informe de Evaluación de la Calidad – Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Periodo de evaluación: 1 año académico

- Curso 2023/2024

0.– Seguimiento del PAIM del curso anterior

0.1.– Conclusiones sobre el grado de ejecución

Durante el curso 2023-2024 se han ejecutado la mayoría de las acciones previstas en el PAIM. Algunas de ellas están en proceso ya que su plazo de ejecución se prolongaba hasta el curso 2024-2025.

1.– Desarrollo y despliegue del plan de estudios

Estándar establecido por la ACPUA: El programa formativo se ha implantado de acuerdo con las condiciones establecidas en la memoria del plan de estudios verificada y, en su caso, en sus posteriores modificaciones.

1.9.– Tablas de admisión y reconocimiento

Tabla 1.9.1.1: Oferta/Nuevo ingreso/Matrícula

Titulación: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa
Datos a fecha: 19-01-2025

Curso	Plazas ofertadas	Estudiantes nuevo ingreso	Estudiantes matriculados	Titulados
2018-2019	150	149	577	86

Curso	Plazas ofertadas	Estudiantes nuevo ingreso	Estudiantes matriculados	Titulados
2019-2020	150	145	588	91
2020-2021	150	148	608	91
2021-2022	150	147	607	85
2022-2023	150	139	582	82
2023-2024	150	141	570	99

Tabla 1.9.2.1: Créditos reconocidos

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa
Datos a fecha: 19-01-2025

Curso	Créditos reconocidos	Estudiantes con créditos reconocidos	Créditos matriculados	Porcentaje
2018-2019	1916	137	31195	6.14
2019-2020	1382	110	31954	4.32
2020-2021	2046	116	35044	5.84
2021-2022	2350.5	113	34928	6.73
2022-2023	1580	125	33095	4.77
2023-2024	1467.5	130	31564	4.65

Tabla 1.9.3.1: Estudio previo de los estudiantes de nuevo ingreso

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Pruebas de acceso	134	134	139	139	128	127
FP	10	10	6	4	11	12
Titulados	5	1	1	4	0	2
Mayores de 25	0	0	1	0	0	0
Mayores de 40	0	0	1	0	0	0
Mayores de 45	0	0	0	0	0	0

Tabla 1.9.4.1: Perfil de ingreso de los estudiantes: procedencia (CCAA)

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Aragón	131	122	124	119	107	112
CCAA distinta a Aragón	17	22	24	27	32	28
No informado	1	1	0	1	0	1

Tabla 1.9.4.2: Perfil de ingreso de los estudiantes: procedencia (país)

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
País dentro del EEES	147	142	145	144	137	140
País fuera del EEES	2	3	3	3	2	1
No informado	0	0	0	0	0	0

Tabla 1.9.5.1: Perfil de ingreso de los estudiantes: género

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Hombre	67	65	79	61	61	57
Mujer	82	80	69	86	78	84
Otros	0	0	0	0	0	0

Tabla 1.9.6.1: Perfil de ingreso de los estudiantes: edad

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Menor de 25	145	141	146	143	139	138
25-29	0	3	0	0	0	3
30-34	1	0	0	0	0	0
35 o mayor	3	1	2	4	0	0

Tabla 1.9.7.1: Nota media de admisión y nota de corte

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Pruebas de acceso	9.27	9.11	9.968	10.11	9.614	9.595
FP	8.263	7.594	9.517	8.565	7.898	8.005

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Titulados	6.76	6.54	6.66	6.85		6.24
Mayores de 25			5.165			
Mayores de 40			6.1			
Mayores de 45						
Nota de corte Pruebas de Acceso preinscripción ordinaria	6.208	5	7.643	7.24	5	5
Nota de corte Pruebas de Acceso preinscripción extraordinaria		7.142			5	5

2.– Información y Transparencia

Estándar establecido por la ACPUA: La institución dispone de mecanismos para comunicar de manera adecuada a todos los grupos de interés las características del programa y de los procesos que garantizan su calidad.

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.

Esta información responde con carácter general al criterio 2 del protocolo ACPUA.

En caso de IEC para el seguimiento externo o para la renovación de acreditación de la titulación, se desarrolla en cada una de sus directrices.

3.— Garantía de calidad, revisión y mejora

Estándar establecido por la ACPUA: La institución ha desplegado, interiorizado y revisado el Sistema Interno de Garantía de la Calidad (SIGC) identificado formalmente en la memoria del plan de estudios verificada, con el que se asegura de forma eficaz la revisión y mejora continua de la titulación.

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>

Esta información responde con carácter general al criterio 3 del protocolo ACPUA.

En caso de IEC para el seguimiento externo o para la renovación de acreditación de la titulación, se desarrolla en cada una de sus directrices.

4.— Personal académico y de apoyo a la docencia

Estándar establecido por la ACPUA: El personal académico que imparte docencia, así como el personal de apoyo, es suficiente y adecuado, de acuerdo con las características del título, el número de estudiantes y los compromisos de dotación incluidos en la memoria del plan de estudios verificada y, en su caso, en sus posteriores modificaciones.

4.5.— Tablas de personal académico

Tabla 4.5.1.1: Tabla de estructura del profesorado

Año académico: 2023/2024

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa

Datos a fecha: 19-01-2025

Categoría	Total	%	En primer curso	Nº total sexenios	Nº total quinquenios	Horas impartidas	%
Cuerpo de Catedráticos de Universidad	16	12,12	4	61	82	1.021,9	12,11
Personal investigador en formación	2	1,52	1	0	0	90,0	1,07
Profesor ayudante doctor	6	4,55	2	1	1	366,1	4,34
Profesor colaborador	1	0,76	1	0	4	102,0	1,21
Profesor contratado doctor	16	12,12	1	9	41	864,8	10,25
Profesor permanente laboral	8	6,06	1	2	2	256,4	3,04
Profesor sustituto	4	3,03	1	0	0	196,7	2,33
Cuerpo de Profesores Titulares de Universidad	46	34,85	11	86	202	3.039,0	36,02
Cuerpo de Catedráticos de Escuelas Universitarias	1	0,76	0	1	8	119,1	1,41
Cuerpo de Profesores Titulares de Escuelas Universitarias	5	3,79	2	0	30	459,8	5,45
Profesor con contrato de interinidad	9	6,82	2	0	0	839,8	9,95
Profesor Asociado	18	13,64	10	0	6	1.082,3	12,83
Total personal académico	132	100,00	36	160	376	8.437,9	100,01

Tabla 4.5.2.1: Evolución del profesorado

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa

Categoría	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Cuerpo de Catedráticos de Universidad	4	10	12	14	14	15	16
Cuerpo de Profesores Titulares de Universidad	31	36	44	46	43	41	46
Cuerpo de Catedráticos de Escuelas Universitarias	1	1	1	1	1	1	1
Cuerpo de Profesores Titulares de Escuelas Universitarias	11	10	11	11	6	6	5
Profesor Contratado Doctor	12	8	10	6	18	16	16
Profesor Ayudante Doctor	3	6	11	14	10	10	6
Profesor con contrato de interinidad	0	0	0	1	4	6	9
Profesor Asociado	25	37	30	25	28	23	18
Profesor Colaborador	1	1	1	1	1	1	1

Categoría	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Personal Investigador en Formación	6	3	5	6	6	7	2
Personal Docente, Investigador o Técnico	0	0	0	2	1	0	0
Horas profesorado permanente	64,37 %	63,78 %	66,37 %	67,51 %	72,33 %	69,62 %	71,27 %
Horas profesorado no permanente	35,63 %	36,22 %	33,63 %	32,49 %	27,67 %	30,38 %	28,73 %

4.6.— Tabla de personal de apoyo a la docencia

Tabla 4.6.1.1: Evolución del PAS de apoyo a la docencia

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa

Especialidad RPT	Tipo personal	2018-06	2019-06	2020-06	2021-06	2022-06	2023-06
Administración y Svcs.Grales.	De carrera	33	29	32	32	31	30
Administración y Svcs.Grales.	En prácticas	0	2	0	0	0	0
Administración y Svcs.Grales.	Interino	13	9	10	8	9	11
Apoy. Doc. Inv. Lab.Arch.Bibl.	De carrera	8	7	7	7	6	4
Apoy. Doc. Inv. Lab.Arch.Bibl.	Interino	7	8	8	8	9	10
Fuera RPT	Interino	1	2	1	1	2	2
Técnica, Mantenim. y Oficios	Interino	2	2	2	2	2	2
Técnica, Mantenim. y Oficios	Temporal	1	1	1	1	1	1
Total PAS		65	60	61	59	60	60

4.7.— Tabla de formación para la mejora de la docencia

Tabla 4.7.1.1: Cursos CIFICE

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Número de cursos realizados	38	46	55	69	68	60
Número de profesores participantes	35	35	54	52	43	52

4.8.— Tabla de innovación docente

Tabla 4.8.1.1: Innovación docente

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa

	2018	2019	2021	2022	2023
Nº de proyectos de innovación en los que han participado los profesores del estudio	26	31	37	44	36
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	31	43	56	60	53

5.— Recursos para el aprendizaje

Estándar establecido por la ACPUA: Los recursos materiales, infraestructuras y los servicios de apoyo puestos a disposición del desarrollo del título son los adecuados en función de la naturaleza, modalidad del título, estudiantado matriculado y los resultados de aprendizaje previstos, conforme a los compromisos de dotación incluidos en la memoria del plan de estudios verificada y, en su caso, en sus posteriores modificaciones.

5.4.— Tablas de recursos para el aprendizaje

Tabla 5.4.1.1: Estudiantes en planes de movilidad (IN)

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
SICUE	2	3	1	1	0	2
Erasmus	34	23	28	37	32	31
Movilidad virtual UNITA	0	0	0	6	0	0
Movilidad rural UNITA	0	0	0	0	0	0
Movilidad iberoamericana	17	10	2	15	17	15
NOA	0	0	0	0	0	1
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	53	36	31	59	49	49

Tabla 5.4.2.1: Estudiantes en planes de movilidad (OUT)

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
SICUE	1	1	2	5	7	2
Erasmus	22	19	17	26	41	26
Movilidad virtual UNITA	0	0	0	0	0	0
Movilidad iberoamericana	0	0	0	0	0	0
NOA	0	0	0	0	1	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	23	20	19	31	49	28

Tabla 5.4.3.1: Porcentaje de titulados con estancia de movilidad internacional

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
% de titulados	20.93	34.07	14.29	18.82	37.8	33.33

6.— Resultados de aprendizaje

Estándar establecido por la ACPUA: Los resultados de aprendizaje alcanzados por las personas tituladas se ajustan a los previstos en el plan de estudio, en coherencia con el perfil de egreso, y se corresponden con el nivel del MECES de la titulación.

6.4.— Tablas de resultados del proceso de formación

Tabla 6.4.1.1: Distribución de calificaciones

Año académico: 2023/2024

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa
Datos a fecha: 19-01-2025

Curso	Código	Asignatura	No													
			pre	% Sus	% Apr	% Not	% Sob	% MH	% Otr	%						
0	81176	Gestión y gobierno de la empresa familiar	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
0	81457	Empresa innovadora y resiliente	2	33,3	0	0,0	0	0,0	4	66,7	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	27600	Fundamentos de administración y dirección de empresas	18	11,6	44	28,4	68	43,9	23	14,8	0	0,0	2	1,3	0	0,0
1	27601	Contabilidad financiera I	19	11,2	63	37,1	77	45,3	10	5,9	0	0,0	1	0,6	0	0,0
1	27602	Matemáticas I	46	24,0	63	32,8	60	31,2	21	10,9	0	0,0	2	1,0	0	0,0

Curso	Código	Asignatura	No													
			pre	% Sus	% Apr	% Not	% Sob	% MH	% Otr	%						
1	27603	Introducción al márketing	5	3,6	32	22,9	69	49,3	31	22,1	2	1,4	1	0,7	0	0,0
1	27604	Introducción al derecho	16	11,3	36	25,4	66	46,5	20	14,1	1	0,7	3	2,1	0	0,0
1	27605	Historia económica y economía mundial	25	15,7	37	23,3	85	53,5	10	6,3	1	0,6	1	0,6	0	0,0
1	27606	Contabilidad financiera II	64	29,6	80	37,0	59	27,3	12	5,6	1	0,5	0	0,0	0	0,0
1	27607	Microeconomía I	28	17,4	38	23,6	76	47,2	13	8,1	1	0,6	5	3,1	0	0,0
1	27608	Matemáticas II	59	30,9	51	26,7	71	37,2	7	3,7	1	0,5	2	1,0	0	0,0
1	27609	Estadística I	34	17,8	66	34,6	62	32,5	25	13,1	0	0,0	4	2,1	0	0,0
2	27610	Estadística II	51	27,6	56	30,3	61	33,0	15	8,1	0	0,0	2	1,1	0	0,0
2	27611	Fiscalidad de la empresa	39	23,4	43	25,7	67	40,1	15	9,0	2	1,2	1	0,6	0	0,0
2	27612	Macroeconomía I	35	18,3	34	17,8	104	54,5	15	7,9	0	0,0	3	1,6	0	0,0
2	27613	Microeconomía II	17	12,4	41	29,9	67	48,9	9	6,6	0	0,0	3	2,2	0	0,0
2	27614	Organización y gestión interna	14	10,2	32	23,4	75	54,7	13	9,5	0	0,0	3	2,2	0	0,0
2	27615	Análisis y valoración de las operaciones financieras	24	13,3	43	23,8	87	48,1	25	13,8	1	0,6	1	0,6	0	0,0
2	27616	Economía española	9	5,9	35	23,0	100	65,8	8	5,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0
2	27617	Estados financieros	19	12,9	40	27,2	79	53,7	8	5,4	0	0,0	1	0,7	0	0,0
2	27618	Introducción a la investigación de mercados	6	5,3	8	7,0	47	41,2	43	37,7	6	5,3	4	3,5	0	0,0
2	27619	Macroeconomía II	20	11,4	14	8,0	110	62,9	23	13,1	3	1,7	5	2,9	0	0,0
3	27620	Investigación de mercados I	3	3,2	5	5,3	41	43,2	41	43,2	2	2,1	3	3,2	0	0,0
3	27621	Análisis de datos y técnicas multivariantes	19	16,5	24	20,9	52	45,2	18	15,7	1	0,9	1	0,9	0	0,0
3	27622	Comportamiento del cliente	4	3,2	36	28,6	67	53,2	18	14,3	0	0,0	1	0,8	0	0,0
3	27623	Sociología del consumo	3	2,9	11	10,7	73	70,9	15	14,6	0	0,0	1	1,0	0	0,0
3	27624	Decisiones sobre producto y marca	2	2,4	3	3,6	45	53,6	31	36,9	0	0,0	3	3,6	0	0,0
3	27625	Investigación de mercados II	4	4,2	0	0,0	33	34,7	52	54,7	2	2,1	4	4,2	0	0,0
3	27626	Decisiones sobre distribución comercial	4	4,5	13	14,6	41	46,1	30	33,7	0	0,0	1	1,1	0	0,0
3	27627	Decisiones sobre gestión comercial de precios	7	6,7	12	11,4	65	61,9	18	17,1	1	1,0	2	1,9	0	0,0
3	27628	Decisiones sobre comunicación comercial	2	2,1	0	0,0	23	23,7	59	60,8	9	9,3	4	4,1	0	0,0
3	27629	Econometría	9	9,3	3	3,1	50	51,5	30	30,9	3	3,1	2	2,1	0	0,0
4	27630	Plan de marketing	0	0,0	0	0,0	45	46,4	45	46,4	5	5,2	2	2,1	0	0,0
4	27631	Dirección de equipos	0	0,0	0	0,0	9	9,1	73	73,7	11	11,1	6	6,1	0	0,0
4	27632	Trabajo fin de Grado	32	24,8	0	0,0	15	11,6	53	41,1	27	20,9	2	1,6	0	0,0
4	27633	Marketing estratégico	0	0,0	1	1,3	28	35,9	46	59,0	3	3,8	0	0,0	0	0,0

Curso	Código	Asignatura	No													
			pre	% Sus	% Apr	% Not	% Sob	% MH	% Otr	%						
4	27634	Comunicación corporativa	1	1,7	1	1,7	13	21,7	38	63,3	3	5,0	4	6,7	0	0,0
4	27635	Dirección de ventas	1	2,4	0	0,0	8	19,0	26	61,9	7	16,7	0	0,0	0	0,0
4	27636	Marketing de organizaciones de servicios	1	5,6	0	0,0	6	33,3	9	50,0	1	5,6	1	5,6	0	0,0
4	27637	Márketing público y no lucrativo	0	0,0	0	0,0	19	61,3	11	35,5	1	3,2	0	0,0	0	0,0
4	27638	Marketing y responsabilidad social corporativa	1	3,2	0	0,0	8	25,8	17	54,8	3	9,7	2	6,5	0	0,0
4	27639	e-Márketing	1	1,2	0	0,0	43	51,8	26	31,3	9	10,8	4	4,8	0	0,0
4	27640	Las TIC y su aplicación al márketing	0	0,0	0	0,0	3	5,9	29	56,9	16	31,4	3	5,9	0	0,0
4	27641	Técnicas sociológicas de negociación comercial	0	0,0	0	0,0	8	30,8	11	42,3	6	23,1	1	3,8	0	0,0
4	27643	Políticas de comercio internacional	0	0,0	0	0,0	4	33,3	5	41,7	3	25,0	0	0,0	0	0,0
4	27644	Plan de internacionalización de la empresa	1	3,2	0	0,0	8	25,8	16	51,6	5	16,1	1	3,2	0	0,0
4	27645	Estrategias de crecimiento empresarial	0	0,0	1	4,0	1	4,0	14	56,0	7	28,0	2	8,0	0	0,0
4	27647	Modelos cuantitativos aplicados al marketing	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	100,0	0	0,0	0	0,0
4	27649	Prácticas en empresa I	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	100,0	0	0,0	0	0,0
4	27650	Simulación comercial	1	2,1	0	0,0	17	36,2	25	53,2	1	2,1	3	6,4	0	0,0
4	27651	Marketing internacional	2	6,9	0	0,0	8	27,6	17	58,6	1	3,4	1	3,4	0	0,0
4	27652	Sistemas de información y bases de datos	1	6,2	0	0,0	2	12,5	6	37,5	6	37,5	1	6,2	0	0,0
4	27653	Gestión de la innovación	2	9,5	0	0,0	5	23,8	10	47,6	2	9,5	2	9,5	0	0,0
4	27654	Lengua extranjera para marketing (inglés)	2	5,7	2	5,7	10	28,6	17	48,6	3	8,6	1	2,9	0	0,0
4	27655	Lengua extranjera para márketing (francés)	0	0,0	0	0,0	2	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
4	27657	Prácticas en empresa II	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	28,6	5	71,4	0	0,0	0	0,0
4	27667	Prácticas en empresa	0	0,0	0	0,0	0	0,0	10	23,3	33	76,7	0	0,0	0	0,0

Tabla 6.4.2.2: Análisis de los indicadores del título

Año académico: 2023/2024

Titulación: Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Centro: Facultad de Economía y Empresa

Datos a fecha: 19-01-2025

Curso	Cód As	Asignatura	Rec Equi		Apro	Susp	No pre	Tasa éxito	Tasa rend	
			Mat	Conv						
1	27600	Fundamentos de administración y dirección de empresas	155		11	93	44	18	67.88	60.00
1	27601	Contabilidad financiera I	170		10	88	63	19	58.28	51.76

Cód As: Código Asignatura | Mat: Matriculados | Apro: Aprobados | Susp: Suspendidos | No Pre: No presentados | Tasa Rend: Tasa Rendimiento

Curso	Cód As	Asignatura	Mat	Rec Equi Conv	Apro	Susp	No pre	Tasa éxito	Tasa rend
1	27602	Matemáticas I	192	12	83	63	46	56.85	43.23
1	27603	Introducción al márketing	140	21	103	32	5	76.30	73.57
1	27604	Introducción al derecho	142	12	90	36	16	71.43	63.38
1	27605	Historia económica y economía mundial	159	8	97	37	25	72.39	61.01
1	27606	Contabilidad financiera II	216	4	72	80	64	47.37	33.33
1	27607	Microeconomía I	161	14	95	38	28	71.43	59.01
1	27608	Matemáticas II	191	10	81	51	59	61.36	42.41
1	27609	Estadística I	191	13	91	66	34	57.96	47.64
2	27610	Estadística II	185	2	78	56	51	58.65	42.39
2	27611	Fiscalidad de la empresa	167	4	85	43	39	66.41	50.90
2	27612	Macroeconomía I	191	6	122	34	35	78.21	63.87
2	27613	Microeconomía II	137	4	79	41	17	65.83	57.66
2	27614	Organización y gestión interna	137	2	91	32	14	73.98	66.42
2	27615	Análisis y valoración de las operaciones financieras	181	5	114	43	24	72.61	62.98
2	27616	Economía española	152	4	108	35	9	75.52	71.05
2	27617	Estados financieros	147	1	88	40	19	68.75	59.86
2	27618	Introducción a la investigación de mercados	114	7	100	8	6	92.59	87.72
2	27619	Macroeconomía II	175	2	141	14	20	90.97	80.57
3	27620	Investigación de mercados I	95	0	87	5	3	94.51	91.49
3	27621	Análisis de datos y técnicas multivariantes	115	0	72	24	19	76.34	63.39
3	27622	Comportamiento del cliente	126	1	86	36	4	70.00	67.74
3	27623	Sociología del consumo	103	0	89	11	3	88.89	86.27
3	27624	Decisiones sobre producto y marca	84	0	79	3	2	96.30	93.98
3	27625	Investigación de mercados II	95	0	91	0	4	100.00	95.74
3	27626	Decisiones sobre distribución comercial	89	0	72	13	4	84.34	80.46
3	27627	Decisiones sobre gestión comercial de precios	105	0	86	12	7	87.63	81.73
3	27628	Decisiones sobre comunicación comercial	97	1	95	0	2	100.00	97.89
3	27629	Econometría	97	0	85	3	9	96.55	87.50
4	27630	Plan de marketing	97	0	97	0	0	100.00	100.00
4	27631	Dirección de equipos	99	0	99	0	0	100.00	100.00
4	27632	Trabajo fin de Grado	129	0	97	0	32	100.00	75.19

Curso	Cód As	Asignatura	Mat	Rec Equi Conv	Apro	Susp	No pre	Tasa éxito	Tasa rend
4	27633	Marketing estratégico	78	1	77	1	0	100.00	100.00
4	27634	Comunicación corporativa	60	5	58	1	1	100.00	98.08
4	27635	Dirección de ventas	42	0	41	0	1	100.00	96.88
4	27636	Marketing de organizaciones de servicios	18	0	17	0	1	100.00	100.00
4	27637	Márketing público y no lucrativo	31	0	31	0	0	100.00	100.00
4	27638	Marketing y responsabilidad social corporativa	31	0	30	0	1	100.00	100.00
4	27639	e-Márketing	83	0	82	0	1	100.00	100.00
4	27640	Las TIC y su aplicación al márketing	51	3	51	0	0	100.00	100.00
4	27641	Técnicas sociológicas de negociación comercial	26	0	26	0	0	100.00	100.00
4	27643	Políticas de comercio internacional	12	0	12	0	0	100.00	100.00
4	27644	Plan de internacionalización de la empresa	31	0	30	0	1	100.00	95.45
4	27645	Estrategias de crecimiento empresarial	25	0	24	1	0	100.00	100.00
4	27647	Modelos cuantitativos aplicados al marketing	6	0	6	0	0	100.00	100.00
4	27649	Prácticas en empresa I	3	7	3	0	0	100.00	100.00
4	27650	Simulación comercial	47	0	46	0	1	100.00	100.00
4	27651	Marketing internacional	29	0	27	0	2	100.00	90.48
4	27652	Sistemas de información y bases de datos	16	0	15	0	1	100.00	88.89
4	27653	Gestión de la innovación	21	0	19	0	2	100.00	85.71
4	27654	Lengua extranjera para marketing (inglés)	35	10	31	2	2	92.86	86.67
4	27655	Lengua extranjera para márketing (francés)	2	0	2	0	0	100.00	100.00
4	27657	Prácticas en empresa II	7	7	7	0	0	100.00	100.00
4	27667	Prácticas en empresa	43	0	43	0	0	100.00	100.00
4	24904	Idioma moderno Portugués B1	0	2	0	0	0	0.00	0.00

6.5.— Tablas de rendimiento y resultados académicos

Tabla 6.5.1.1: Tasas de éxito/rendimiento/eficiencia

Titulación: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa
Datos a fecha: 19-01-2025

Curso	Éxito	Rendimiento	Eficiencia
2018-2019	81.81	70.22	83.14
2019-2020	86.78	78.71	87.11

Curso	Éxito	Rendimiento	Eficiencia
2020-2021	83.18	71.35	83.49
2021-2022	78.88	67.31	84.43
2022-2023	81.33	70.81	89.68
2023-2024	78.11	68.12	85.37

Tabla 6.5.2.1: Tasas de abandono/graduación

Titulación: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa
Datos a fecha: 19-01-2025

Curso de la cohorte de nuevo ingreso (*)	Abandono	Graduación
2018-2019	30.07	47.55
2019-2020	32.37	43.17
2020-2021	32.62	30.5

(*) 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.

Tabla 6.5.3.1: Tasas de duración

Titulación: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa
Datos a fecha: 19-01-2025

Curso	Duración media graduados
2018-2019	5.37
2019-2020	5.02
2020-2021	5.01
2021-2022	5.14
2022-2023	4.82
2023-2024	5.13

7.— Satisfacción y egreso

Estándar establecido por la ACPUA: La satisfacción de los agentes implicados y la trayectoria de las personas egresadas del programa formativo son congruentes con los objetivos formativos y el perfil de egreso y satisfacen las demandas sociales de su entorno.

7.5.— Tablas de satisfacción y egreso

Tabla 7.5.1: Satisfacción y egreso

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa
Plan: 450

Encuesta	2018		2019		2020		2021		2022		2023	
	% Tasa	Media										
Prácticas externas curriculares. Alumnos.	19.23	3.58	18.75	3.47	8.06	3.34	6.10	3.42	11.76	3.74	11.32	4.31
Inserción laboral de egresados universitarios	8.14	2.57	14.29	3.17	15.38	3.36	22.35	2.58	—	—	—	—
Evaluación de la enseñanza	22.85	3.87	27.10	3.93	21.56	4.02	20.17	3.97	—	—	—	—
Encuesta de valoración de la docencia	—	—	—	—	—	—	—	—	37.77	4.12	38.95	4.21
Cuestionario de valoración de la actividad docente	—	4.06	—	4.24	—	4.25	—	4.15	—	—	—	—
Satisfacción del profesorado con la titulación y los servicios	25.30	3.77	26.40	3.73	27.00	3.74	20.60	3.65	23.80	3.91	25.23	3.78
Satisfacción global con la titulación	3.10	2.71	15.40	3.24	12.70	3.52	8.70	3.28	6.61	2.90	1.54	3.71
Trabajo fin de grado máster.	2.40	3.38	10.60	4.50	9.30	3.68	11.00	4.02	6.61	3.96	3.08	4.09
Satisfacción del alumnado con el programa ERASMUS	100.00	4.12	89.50	3.79	100.00	4.17	15.40	3.81	100.00	3.90	—	—

En la encuesta de valoración de la docencia:

- El dato de la tasa se refiere a Encuesta de valoración de la docencia (bloque enseñanza)
- El dato de la Media se refiere a Encuesta de valoración de la docencia (bloque profesorado)

– % Tasa: n.º de respuestas/n.º 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/cursos e identificación de los aspectos susceptibles de mejora

En este apartado se muestran las conclusiones tras el proceso de análisis y reflexión sobre los apartados anteriores, identificando aspectos susceptibles de mejora que servirán de base para la elaboración del PAIM del siguiente curso.

La **oferta de plazas** de la titulación y el número de **alumnos de nuevo ingreso** matriculados (141) ha permanecido prácticamente estable respecto al curso anterior, sin llegar a cubrirse la totalidad de las plazas. La mayoría del alumnado ha accedido a la titulación a través de la EVAU (91%).

Respecto a la **estructura de profesorado**, las horas impartidas por profesorado permanente (71,27%) se mantienen prácticamente estables. El porcentaje de profesorado asociado y sustituto continúa reduciendo su peso en la titulación. Además, la calidad investigadora y docente del profesorado es elevada, como constatan tanto el número de sexenios (160) y quinquenios (371), como la valoración media de la actividad docente realizada por el alumnado (4,21).

En relación a la **formación e innovación docente**, ha aumentado el número de docentes que han asistido a cursos de formación organizados por CIFICE (36.39% vs 34.12%). Sin embargo, se ha reducido la participación en proyectos de innovación docente, tanto en número de proyectos desarrollados como en el número de profesores de la titulación participantes en ellos.

Examinando los datos de **movilidad**, tras el incremento del número de estudiantes del Grado que participaron durante el curso 2022-2023 (49) en programas internacionales (OUT), las cifras de este curso vuelven a ser, en términos absolutos, muy próximas a las del curso 2021-2022 (28 y 31 respectivamente). Sin embargo, al analizar la cifra en relación al número total de graduados, la diferencia es menor (37,8% en el curso 2022-2023 vs 33,33% en el curso 2023-2024).

Los datos globales de **rendimiento y los resultados académicos** del estudiantado muestran una disminución del 3,23% en la tasa de éxito, del 2,71% en la tasa de rendimiento y del 4,59% en la tasa de eficacia. Analizando la información por asignaturas, la mayor afección se da en los dos primeros cursos de la titulación y, sobre todo, en asignaturas de continuidad. Sigue siendo importante el número de no presentados en asignaturas de estos dos primeros cursos. Respecto a la tasa de éxito solo hay una asignatura, la 27606, con una tasa inferior al 55%. Sin embargo, encontramos siete asignaturas, todas ellas de primer y segundo curso, con una tasa de rendimiento inferior al 55%.

Por otro lado, según los datos de la tabla 6.5.2.1, la tasa de graduación parece haber disminuido (28,87% frente al 43,17%). Sin embargo, es importante señalar que estas cifras no son directamente comparables, ya que la última cifra publicada no incluye los datos correspondientes a los TFG de la convocatoria más reciente. Si lo comparamos con el último dato del informe del curso anterior (IEC del curso 2022-2023), donde la tasa de graduación era del 25,9%, se constata que la tasa de graduación ha mejorado 2.97 puntos. La **tasa de abandono** de la titulación sigue siendo elevada y se muestra estable (32,39%). Hay que destacar también el pequeño ascenso en la **tasa de duración del grado** (4,82 años frente a 5,14 años).

Respecto a la **tasa de respuesta del estudiantado**, en la mayoría de las encuestas de satisfacción el porcentaje de estudiantes que contesta sigue siendo muy bajo, como sucede en la encuesta de satisfacción con la Titulación (2,90%), el Trabajo Fin de Grado (3,96%) y las Prácticas Externas Curriculares (4,31%). Sería necesario disponer de más respuestas para poder analizar esta información. La tasa de respuesta en la encuesta de valoración de la enseñanza ha mejorado ligeramente situándose en el 38,95% frente al 37,77% del curso anterior. En términos generales los estudiantes están satisfechos con la labor de los profesores (media de 4,21 sobre 5), observándose valores muy similares a los del curso anterior.

La participación de PDI en la encuesta de **satisfacción del profesorado con la titulación y los servicios** ha aumentado 1,5 puntos, situándose en un 25,23%. La satisfacción media de este colectivo es de 3,78, valor ligeramente inferior al curso anterior (3,91).

Acciones de mejora

- **Reforzar la participación del estudiantado de la titulación en programas de movilidad**, incrementando el número de estudiantes OUT. En este sentido se considera necesario animar a asistir a las actividades de la semana internacional y realizar una mayor difusión de las convocatorias, incluidas las de programas de corta duración (BIP). Además, es interesante avanzar en convenios de dobles titulaciones internacionales.
- **Tasa de respuesta de las encuestas**. Se siguen obteniendo muy bajas tasas de participación del estudiantado en algunas encuestas que permiten valorar determinados aspectos de la titulación; son especialmente bajas en la encuesta de prácticas curriculares, la de trabajo fin de grado y la de movilidad. Es necesario incrementar la tasa de respuesta y, para ello, se debería hacer un mayor esfuerzo en comunicación durante la campaña de encuestas.
- **Asistencia a clases**. Se ha observado una disminución del alumnado que asiste a clase, especialmente en las sesiones de teoría. Sería interesante realizar un estudio de las causas de esta baja asistencia, y su posible impacto en las elevadas tasas de no presentados de algunas asignaturas de primer y segundo curso. Se propone solicitar un proyecto de innovación docente de titulación (PIET) para analizar ambas cuestiones y proponer líneas de acción.
- **Revisión de los horarios de clases**: En relación con el punto anterior, el alumnado y profesorado de la comisión coincide en apuntar que una posible causa de las cifras de asistencia a clase puede ser la actual configuración de los horarios. Desde la comisión se pide que el Equipo de Dirección de la Facultad estudie la viabilidad de modificar los horarios de manera que el alumnado tenga seis horas lectivas durante cuatro días a la semana.
- **Tasas de abandono**. Dado que las tasas de abandono de la titulación son similares al curso pasado, se propone continuar con el estudio de esta problemática.
- **Implantación de la titulación adaptada al RD 822/2021**. Algunos indicadores de calidad de la titulación reflejan la necesidad de actualizar el plan de estudios. Desde la Facultad se ha realizado un importante esfuerzo en revisar contenidos, metodologías y cronograma de las asignaturas para mejorar la formación y adecuarla a las necesidades del mercado laboral. Sería importante que, si se cuenta con el visto bueno de ACPUA, el grado adaptado pudiera implantarse en el curso 2025-2026.

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

No hay informes externos a los que haya que dar respuesta.

8.3.— Identificación de buenas prácticas

- **Curso en Moodle para informar al estudiantado**: Para facilitar la comunicación entre la Coordinación de Grado y el estudiantado, se creó un curso no reglado en Moodle en el que están matriculados todos los estudiantes de la titulación. Este curso se utiliza para difundir información de especial interés para todo el alumnado y, además, cuenta con secciones específicas para cada curso de la titulación. En estas secciones, entre otras cuestiones, los estudiantes disponen de un calendario con las pruebas de evaluación intermedias de las diferentes asignaturas correspondientes a su curso. El estudiantado ha transmitido su

satisfacción con esta vía de comunicación, destacando que se emplea para enviar información muy seleccionada, que les afecta directamente o que avisa de actividades especialmente atractivas para su formación.

- **Grupo de Egresados en LinkedIn:** En enero de 2024 se creó una comunidad cerrada en LinkedIn para los titulados del Grado en Marketing e Investigación de Mercados, que actualmente cuenta con 167 egresados. El objetivo de este grupo es mantener el contacto con los titulados una vez finalizados sus estudios, difundir actividades organizadas desde la Facultad que puedan ser de su interés, compartir ofertas de empleo y fomentar relaciones de cooperación entre ellos.
- **Ciclo de experiencias y programa Expertia:** Durante el curso 2023-2024, en el marco del programa Expertia, se ha contado con la participación de numerosos profesionales que han asistido a las aulas para compartir su experiencia profesional y acercar al estudiantado a la realidad empresarial. En estas sesiones, los profesionales mostraron cómo las organizaciones aplican los conceptos y estrategias estudiados en las diferentes asignaturas. Este curso ha acogido la X edición del Ciclo de Experiencias, en la que todos los ponentes han sido antiguos alumnos de la titulación. Este hecho ha aportado un valor añadido al ciclo, ya que los conferenciantes conectaron de manera especial con el estudiantado asistente, ofreciéndoles además consejos tanto para la vida académica como para la profesional.
- **Colaboración con empresas:** En algunas asignaturas se han propuesto retos o actividades en colaboración con empresas de nuestro entorno, como BSH o Blockchain Aragón. Estas actividades permiten al estudiantado trabajar con casos reales e interactuar con empresas y profesionales, ofreciéndoles una experiencia práctica enriquecedora.
- **Aplicación de la metodología Aprendizaje-Servicio:** En relación con lo anterior, y en el marco del proyecto SocialFECHEM de la Facultad, se ha colaborado con entidades sin ánimo de lucro, asociaciones y la administración pública. De este modo, los estudiantes han desarrollado estudios de mercado, planes de comunicación, acciones de marketing de guerrilla, entre otros, para entidades como el Banco de Sangre y Tejidos de Aragón, la Fundación Isabel Martín, Unizar Saludable y el Vicerrectorado de Estudiantes y Empleo de la Universidad de Zaragoza. Estas iniciativas permiten al estudiantado aprender mientras trabajan sobre necesidades reales, contribuyendo así a la mejora de su entorno.

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

No se han recibido reclamaciones, ni quejas y tampoco ha habido ningún incidente reseñable.

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
- Encuestas de satisfacción: <https://encuestas.unizar.es/>

11.— Datos de aprobación

Informe aprobado telemáticamente por la Comisión el 28 de enero de 2025.

Votos a Favor: 8

En contra: 0

Abstenciones: 0

Asistentes: 8

Elena Fraj (PDI)

Pilar Pellejero (PDI)

Elena Alquezar (Estudiante)

Judit Bastardo (Estudiante)

Shulin Martínez (Estudiante)

Raúl Sepúlveda (Profesional)

Javier Zarza (Experto CIFICE)

Teresa Montaner (Coordinadora titulación)



Anexo Q212_2
CATÁLOGO DE INDICADORES

Análisis de los procesos de acceso, admisión y matrícula		
1.1.	Oferta de plazas	Número de plazas que ofrece el PD.
1.2.	Demanda	Número de solicitudes presentadas para acceder al PD.
1.3.	Estudiantes matriculados/as de nuevo ingreso	Número de estudiantes de un PD que, por primera vez, han formalizado la matrícula.
1.4.	Porcentaje de estudiantes de nuevo ingreso procedentes de estudios de acceso a doctorado de otras universidades	Número de estudiantes de nuevo ingreso que no proceden de estudios de acceso a doctorado de la universidad de Zaragoza, en relación con el número total de estudiantes de nuevo ingreso matriculados en el PD.
1.5.	Porcentaje de estudiantes de nuevo ingreso que han requerido complementos formativos	Número de estudiantes de nuevo ingreso que han requerido complementos formativos en relación con el número de estudiantes de nuevo ingreso en el PD.
1.6.	Porcentaje de estudiantes de nuevo ingreso matriculados/as a tiempo parcial	Número de estudiantes matriculados/as en primera tutela académica en régimen de tiempo parcial, en relación en el número total de estudiantes en primera tutela académica (nuevo ingreso).
1.7.	Número total de estudiantes matriculados/as	Número total de estudiantes que en el curso académico objeto del informe han formalizado su matrícula en el PD.
1.8.	Porcentaje de estudiantes extranjeros/as matriculados/as	Número de estudiantes de nacionalidad extranjera matriculados/as en el PD, en relación con el número total de estudiantes matriculados/as.
1.9.	Porcentaje de estudiantes con beca o contrato predoctoral	Número total de estudiantes matriculados/as en el PD que en el curso académico objeto del informe están disfrutando de una beca o contrato predoctoral, en relación con el número total de estudiantes matriculados/as.
<i>NOTA: Las becas incluidas en el indicador 1.9 son: Becas del Vicerrectorado de Investigación, Ayudas a la tutela académica de Doctorado, P.I.F: Contratados predoctorales FPI, FPU y DGA (gestionados por la UZ).</i>		
1.9.bis	Porcentaje de estudiantes con beca o contrato distintos de los contemplados en el indicador 1.9	Número total de estudiantes matriculados/as en el PD, que en el curso académico objeto del informe están disfrutando de una beca o contrato distintos de los contemplados en el indicador 1.9, en relación con el número total de estudiantes matriculados/as (estudiantes con otras becas: doctorados industriales, las resultantes de la acción Marie Slodowska Curie en sus diversas modalidades (ITN, IF), etc.). Quedan excluidos los trabajos remunerados, tanto a tiempo completo como a tiempo parcial, que el doctorando/a pueda tener con independencia de sus estudios de doctorado.
1.10.	Porcentaje de estudiantes matriculados/as a tiempo parcial	Número de estudiantes matriculados/as en el PD durante el curso académico objeto del informe, en régimen de tiempo parcial, en relación en el número total de estudiantes matriculados/as durante dicho curso.

Actividades formativas

2.3.1.	Actividades transversales de la EDUZ: estudiantes	Número total de estudiantes del PD que en el curso académico objeto del informe hayan realizado, al menos,
--------	---	--



2.3.2.	Actividades transversales de la EDUZ: cursos	una actividad transversal, en relación con el número total de estudiantes matriculados/as. Número total de actividades transversales que en el curso académico objeto del informe se hayan realizado por los estudiantes matriculados/as en el PD, en relación con el total de plazas ofertadas.
--------	--	---

Movilidad

3.1.	Porcentaje de estudiantes del PD a los que se le autoriza realizar estancias internacionales de investigación en el curso académico objeto del informe	Número de estudiantes del PD a los que se le autoriza iniciar en el curso académico objeto del informe, estancias de investigación superiores a 30 días en centros de investigación o en universidades no españolas, en relación con el número total de estudiantes matriculados/as en el PD en dicho curso académico.
------	--	--

Personal académico

4.1.	Número total de directores/as y tutores/as de tesis	Número total de directores/as y tutores/as de los estudiantes matriculados/as en el PD.
4.1.1.	Número total de directores/as y tutores/as vinculados/as estatutaria o contractualmente con la UZ	Número total de directores/as y tutores/as de los estudiantes matriculados/as en el PD, que tienen vinculación estatutaria o contractual con la UZ.
4.1.2.	Número total de directores/as y tutores/as no vinculados/as estatutaria ni contractualmente con la UZ	Número total de directores/as y tutores/as de los estudiantes matriculados/as en el PD, que no tienen vinculación estatutaria o contractual con la UZ.
4.2.	Experiencia investigadora	Número de sexenios de investigación obtenidos por los directores/as y tutores/as del PD que tienen vinculación estatutaria o contractual con la UZ.
4.3.	Porcentaje de sexenios vivos	Porcentaje de directores/as y tutores/as del PD que tienen vinculación estatutaria o contractual con la UZ, con sexenio vivo, en relación con el total de directores/as y tutores/as del PD que tienen vinculación estatutaria o contractual con la UZ.
4.4.	Porcentaje de dedicación a tiempo completo	Porcentaje de directores/as y tutores/as del PD que tienen vinculación estatutaria o contractual con la UZ, con dedicación a tiempo completo, en relación con el total de directores/as y tutores/as del PD que tienen vinculación estatutaria o contractual con la UZ.
4.5.	Presencia de expertos/as internacionales en tribunales de tesis	Número de miembros de los tribunales de tesis defendidas en el curso académico objeto del informe que pertenezcan a una institución extranjera, en relación con el número total de miembros de tribunales de tesis defendidas en el curso académico objeto del informe. Se pretende saber la pertenencia a institución extranjera, aunque sean españoles/as.
4.6.	Número de directores/as de tesis defendidas	Número de directores/as que han dirigido tesis defendidas en el PD en el curso académico objeto del informe.



Personal académico

4.7.	Sexenios vivos de los directores/as de tesis defendidas	Porcentaje de directores/as de tesis defendidas en el PD en el curso académico objeto del informe que tienen vinculación estatutaria o contractual con la UZ, con sexenio vivo, en relación con el total de directores/as de tesis defendidas en el PD en el curso académico objeto del informe que tienen vinculación estatutaria o contractual con la UZ.
4.8.	Número de proyectos internacionales vivos en el año	Número de proyectos de directores/as y tutores/as del PD que tienen vinculación estatutaria o contractual con la UZ, financiados a cargo de programas u organismos internacionales, que estén vigentes en el curso académico objeto del informe.
4.9.	Número de proyectos nacionales vivos en el año	Número de proyectos de directores/as y tutores/as del PD que tengan vinculación estatutaria o contractual con la UZ, financiados a cargo de programas u organismos nacionales, que estén vigentes en el curso académico objeto del informe.
4.10.	Número de publicaciones indexadas en el año	Número de publicaciones de directores/as y tutores/as del PD que tengan vinculación estatutaria o contractual con la UZ, en revistas incluidas en catálogos que asignen índices de calidad relativos (JCR).
4.11.	Número de publicaciones no indexadas en el año	Número de publicaciones de directores/as y tutores/es del programa vinculados contractualmente con la UZ en revistas no incluidas en catálogos que asignen índices de calidad relativos.

Resultados de aprendizaje

6.1.	Número de tesis defendidas a tiempo completo	Número de tesis defendidas en el curso académico objeto del informe por las personas matriculadas a tiempo completo en el PD durante dicho curso.
6.2.	Número de tesis defendidas a tiempo parcial	Número de tesis defendidas en el curso académico objeto del informe por las personas matriculadas a tiempo parcial en el PD durante dicho curso.
6.3.	Duración media del PD a tiempo completo	Número medio de años empleados por los/las estudiantes a tiempo completo que han defendido la tesis desde que comenzaron sus estudios de doctorado en el PD.
6.4.	Duración media del PD a tiempo parcial	Número medio de años empleados por los/las estudiantes a tiempo parcial que han defendido la tesis desde que comenzaron sus estudios de doctorado en el PD.
6.5.	Porcentaje de abandono del PD	Número de estudiantes que durante el curso académico objeto del informe, ni han formalizado la matrícula en el PD que cursaban ni han defendido la tesis, en relación con el total de estudiantes que se podrían haber vuelto a matricular ese mismo curso.
6.6.1.	Porcentaje de tesis defendidas que no han requerido una primera prórroga de estudios	Número de tesis defendidas que no han requerido una primera prórroga de estudios, en relación con el número total de tesis defendidas en el curso académico objeto del informe.



Resultados de aprendizaje

6.6.2.	Porcentaje de tesis defendidas que no han requerido una segunda prórroga de estudios	Número de tesis defendidas que no han requerido una segunda prórroga de estudios en relación con el número total de tesis defendidas en el curso académico objeto del informe.
6.7.	Porcentaje de tesis con mención Cum Laude	Número de tesis con mención Cum Laude en el curso académico objeto del informe, en relación con el total de tesis defendidas en dicho curso.
6.8.	Porcentaje de tesis con mención internacional	Número de tesis con mención internacional en el curso académico objeto del informe, en relación con el total de tesis defendidas en dicho curso.
6.9.	Porcentaje de tesis con mención industrial	Número de tesis con mención industrial en el curso académico objeto del informe, en relación con el total de tesis defendidas en dicho curso.
6.10.	Porcentaje de tesis en cotutela	Número de tesis en cotutela en el curso académico objeto del informe, en relación con el total de tesis defendidas en dicho curso.
6.11.	Número medio de resultados científicos de las tesis	Número de aportaciones, por tesis, aceptadas el día del depósito, incluyendo: artículos científicos en revistas indexadas, publicaciones (libros, capítulos de libros, etc.) con sistema de revisión por pares y patentes.
6.12	Porcentaje de estudiantes que superan la evaluación anual en primera convocatoria	Número de estudiantes que han obtenido evaluación positiva en la primera convocatoria del curso académico, en relación con el número total de estudiantes matriculados/as en el PD.

Satisfacción y egreso

7.1.	Satisfacción de los/las directores/as y tutores/as de tesis con los estudios de doctorado	[tasa] Porcentaje de directores/as y tutores/as que han contestado a la encuesta, en relación con el total de directores/as y tutores/as de estudiantes matriculados/as en doctorado durante el curso académico objeto del informe. [Dato de encuesta institucional de satisfacción] [media] Valor medio de la satisfacción con los estudios de doctorado, de los/las directores/as y tutores/as de estudiantes matriculados/as en doctorado durante el curso académico objeto del informe y que han contestado a la encuesta. [Dato de encuesta institucional de satisfacción]
7.2.	Satisfacción de los/las estudiantes con los estudios de doctorado	[tasa] Porcentaje de estudiantes que han contestado a la encuesta, en relación con el total de estudiantes matriculados/as durante el curso académico objeto del informe. [Dato de encuesta institucional de satisfacción] [media] Valor medio de la satisfacción con los estudios de doctorado, de los/las estudiantes matriculados/as durante el curso académico objeto del informe y que han contestado a la encuesta. [Dato de encuesta institucional de satisfacción]
7.2.1.	Satisfacción de los/las estudiantes en 1er. curso de tutela, con los estudios de doctorado	[tasa] Porcentaje de estudiantes matriculados en primer curso de tutela académica durante el curso académico objeto del informe, que han contestado a la encuesta, en relación con el total de estudiantes matriculados/as en primer curso de tutela académica durante dicho curso. [Dato de encuesta institucional de satisfacción]



	<p>[media] Valor medio de la satisfacción con los estudios de doctorado, de los/las estudiantes en primer curso de tutela académica estudio y que han contestado a la encuesta. [Dato de encuesta institucional de satisfacción]</p>
7.2.2. Satisfacción de los/las estudiantes en 3º o 5º curso de tutela, con los estudios de doctorado	<p>[tasa] Porcentaje de estudiantes matriculados en tercer o quinto curso de tutela académica durante el curso académico objeto del informe, que han contestado a la encuesta, en relación con el total de estudiantes matriculados/as en tercer o quinto curso de tutela académica durante dicho curso. [Dato de encuesta institucional de satisfacción]</p>
	<p>[media] Valor medio de la satisfacción con los estudios de doctorado, de los/las estudiantes matriculados/as en tercer o quinto curso de tutela académica durante el curso académico objeto del estudio y que han contestado a la encuesta. [Dato de encuesta institucional de satisfacción]</p>
7.3. Satisfacción de los/las egresados/as con los estudios de doctorado	<p>[tasa] Porcentaje de egresados/as del curso académico objeto del informe que han contestado a la encuesta, en relación con el total de egresados/as de dicho curso. [Dato de encuesta institucional de satisfacción]</p>
	<p>[media] Valor medio de la satisfacción con la calidad global de los estudios cursados, de los/las egresados/as del curso académico objeto del informe que han contestado a la encuesta. [Dato de encuesta institucional de satisfacción]</p>

Plan anual de innovación y mejora – Graduado en Marketing e Investigación de Mercados

Curso 2022/2023

1.– Acciones que no conllevan modificación del título

ID	Ámbito de mejora	Necesidad detectada	Objetivo de mejora	Descripción de la acción	Responsable de aprobación	Plazo	Indicadores	Valores a alcanzar	Valores alcanzados	Observaciones	Estado
12040	05 Recursos para el aprendizaje. Movilidad	Internacionalización de la titulación	Continuar con el proceso de mejora de la internacionalización de la titulación. Objetivo 3.1.3. FECEM: Favorecer la movilidad de los estudiantes para favorecer la internacionalización de la Facultad (o internationalization at home).	Realizar acciones relativas a la internacionalización dirigidas a estudiantes IN y OUT.	C - Equipo de dirección del centro	2023-2024	IND-1: Acciones desarrolladas para fomentar la movilidad e internacionalización	IND-1: >= 2	IND-1: Sí	Se ha organizado: 1) Semana Internacional de la Facultad y 2) sesión informativa al estudiantado sobre los programas de movilidad internacional.	Ejecutada

ID	Ámbito de mejora	Necesidad detectada	Objetivo de mejora	Descripción de la acción	Responsable de aprobación	Plazo	Indicadores	Valores a alcanzar	Valores alcanzados	Observaciones	Estado
12625	05 Recursos para el aprendizaje. Servicios de apoyo y orientación al estudiante.	Tasas de abandono	Estudiar las diferentes causas que llevan al estudiante a abandonar el grado. Objetivo 2.1.1. FECESM: Garantizar la calidad y mejora continua de los programas formativos de Grado y Máster; 2.1.2. FECESM: Contar con una oferta de titulaciones que responda a las necesidades y expectativas de los grupos de interés.	Reunión con profesores de primer y segundo curso. Reunión con estudiantes.	T- Coordinación del título	2024-2025	IND-1: Reuniones celebradas con profesores IND-2: Reuniones celebradas con estudiantes	IND-1: Sí IND-2: Sí	IND-1: No IND-2: Sí	Se han mantenido reuniones con los estudiantes para analizar la problemática del abandono y está pendiente, con las conclusiones de los estudiantes, realizar reuniones con el profesorado para abordar esta cuestión.	En curso
12043	06 Recursos para el aprendizaje. Prácticas.	Desconocimiento del alumnado sobre el programa de prácticas externas	Mejorar el conocimiento del alumnado sobre el programa de prácticas externas. Objetivo 3.1.1. FECESM: comprometerse con la orientación de las enseñanzas a los estudiantes.	Reunión con los estudiantes de tercer curso en el segundo semestre del curso para informarles y orientarles sobre el procedimiento de prácticas.	C - Equipo de dirección del centro	2023-2024	IND-1: Realización de la reunión informativa IND-2: Valoración de bloque "información y asignación de los programas de prácticas externas" de la encuesta sobre Prácticas Externas	IND-1: Sí IND-2: Superior a 3,4 (media del curso 2021/2022)	IND-1: Sí IND-2: 3.87	El número de asistentes a la reunión de información sobre prácticas fue cercano a 100 personas (entre estudiantes de los Grados de Finanzas y Contabilidad y Marketing e Investigación de Mercados). Se considera necesario mantener estas reuniones.	Ejecutada

ID	Ámbito de mejora	Necesidad detectada	Objetivo de mejora	Descripción de la acción	Responsable de aprobación	Plazo	Indicadores	Valores a alcanzar	Valores alcanzados	Observaciones	Estado
12041	06 Resultados de aprendizaje.	Asignaturas con tasas de éxito inferiores al 55% y con tasas de rendimiento por debajo del 50%	Incremento de tasas de éxito y rendimiento. Objetivo 3.1.1. FECEM: comprometerse con la orientación de las enseñanzas a los estudiantes. Realizar acciones con la finalidad fundamental de favorecer el aprendizaje del estudiante y que las comisiones se responsabilicen de los procedimientos relacionados con el aprendizaje de los alumnos.	Reunión con los grupos de interés (coordinadores de las asignaturas y delegados/subdelegados alumnos).	T- Coordinación del título	2023-2024	IND-1: Reuniones con los grupos de interés IND-2: Tasa de éxito IND-3: Tasa de rendimiento	IND-1: Sí IND-2: 55% IND-3: 50%	IND-1: Sí IND-2: No IND-3: NO	Se han mantenido reuniones con los grupos de interés para analizar las causas de las tasas de éxito y rendimiento. Respecto a la única asignatura que el curso anterior tenía una tasa de éxito inferior al 55%, su tasa de éxito en este curso ha sido del 58,65%.	Ejecutada
12042	07 Encuestas e indicadores de satisfacción de los grupos de interés.	Bajas tasas de respuesta de las encuestas de satisfacción del estudiantado y de PDI	Incrementar las tasas de respuesta. Objetivo 1.1.1: FECEM: Elaboración, difusión, seguimiento y revisión periódica de la Política, Objetivos de Calidad y el SGIC. Creación cultura de calidad.	Mails profesores (importancia encuestas de satisfacción como input informativo de la C. Evaluación y del SGIC) Mails estudiantado (importancia encuestas de satisfacción como input informativo de la C. Evaluación y del SGIC) Mails recordatorios Comunicación a través de RRSS, carteles centro, etc.	C - Equipo de dirección del centro	2023-2024	IND-1: Correo electrónico al profesorado IND-2: Correo electrónico al alumnado IND-3: Tasa de respuesta	IND-1: Sí IND-2: Sí IND-3: Superior al curso anterior	IND-1: Sí IND-2: Sí IND-3: Parcialmente	La tasa de respuesta ha aumentado en las encuestas de Evaluación de la Docencia y de Satisfacción del Profesorado, pero ha sido menor en las encuestas sobre Movilidad, TFG, Prácticas en Empresa y Satisfacción Global con la Titulación.	Ejecutada

2.— Acciones que conllevan modificación del título

ID	Apartado de la memoria	Tipo de modificación	Descripción	Justificación	Estado
12622	(no definido)	(no definido)	Adaptación del título al RD 822/2021 según el calendario acordado entre el centro y el Vicerrectorado de Política Académica		Ejecutada

3.— Fecha aprobación CGC

Fecha

16/01/2024

30/01/2024

30/01/2024
