

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

Periodo de evaluación: 1 año académico

- Curso 2024/2025

0.— Seguimiento del PAIM

El listado de las acciones PAIM se incluye al final del documento.

0.1.— Conclusiones sobre el grado de ejecución

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: 01-12-2025

Curso	Plazas ofertadas	Estudiantes nuevo ingreso	Estudiantes matriculados	Titulados
2019-2020	150	145	588	91
2020-2021	150	148	608	91

Curso	Plazas ofertadas	Estudiantes nuevo ingreso	Estudiantes matriculados	Titulados
2021-2022	150	147	607	85
2022-2023	150	139	582	82
2023-2024	150	141	570	99
2024-2025	150	148	558	98

Tabla 1.9.2.1: Créditos reconocidos

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa
Datos a fecha: 01-12-2025

Curso	Créditos reconocidos	Estudiantes con créditos reconocidos	Créditos matriculados	Porcentaje
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	1497.5	132	31564	4.74
2024-2025	1895.5	149	31068	6.1

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

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Pruebas de acceso	134	139	139	128	127	136
FP	10	6	4	11	12	8
Titulados	1	1	4	0	2	4
Mayores de 25	0	1	0	0	0	0
Mayores de 40	0	1	0	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

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Aragón	122	124	119	109	112	119

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
CCAA distinta a Aragón	22	24	27	30	28	27
No informado	1	0	1	0	1	2

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

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
País dentro del EEES	142	145	144	137	140	144
País fuera del EEES	3	3	3	2	1	4
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

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Hombre	65	79	61	61	57	58
Mujer	80	69	86	78	84	90
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

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Menor de 25	141	146	143	139	138	143
25-29	3	0	0	0	3	2
30-34	0	0	0	0	0	0
35 o mayor	1	2	4	0	0	3

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

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Pruebas de acceso	9.11	9.968	10.11	9.614	9.595	9.723
FP	7.594	9.517	8.565	7.898	8.005	8.328
Titulados	6.54	6.66	6.85		6.24	6.683

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mayores de 25		5.165				
Mayores de 40		6.1				
Mayores de 45						
Nota de corte Pruebas de Acceso preinscripción ordinaria	5	7.643	7.24	5	5	5
Nota de corte Pruebas de Acceso preinscripción extraordinaria	7.142			5	5	8.481

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: Estructura del profesorado

Año académico: 2024/2025

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Categoría	Total	%	En primer curso	Nº total sexenios	Nº total quinquenios	Horas impartidas	%
Cuerpo de Catedráticos de Universidad	25	20,33	3	91	128	1.194,8	14,92
Personal docente, investigador o técnico	1	0,81	1	0	0	26,0	0,32
Personal investigador en formación	1	0,81	1	0	0	30,0	0,37
Profesor ayudante doctor	8	6,50	3	1	6	497,5	6,21
Profesor colaborador	1	0,81	1	0	4	198,0	2,47
Profesor contratado doctor	10	8,13	0	7	27	635,8	7,94
Cuerpo de Profesores Titulares de Universidad	38	30,89	7	69	177	2.375,2	29,66
Cuerpo de Catedráticos de Escuelas Universitarias	1	0,81	0	1	8	96,0	1,20
Cuerpo de Profesores Titulares de Escuelas Universitarias	5	4,07	1	0	30	438,0	5,47
Profesor permanente laboral	10	8,13	5	7	3	754,2	9,42
Profesor sustituto	11	8,94	2	0	0	614,0	7,67
Profesor con contrato de interinidad	6	4,88	3	0	1	658,0	8,22
Profesor Asociado	6	4,88	3	0	6	490,6	6,13
Total personal académico	123	100,00	30	176	390	8.008,1	100,00

Tabla 4.5.2.1: Evolución del profesorado

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

Categoría	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Cuerpo de Catedráticos de Universidad	11	12	14	14	15	16	25
Cuerpo de Profesores Titulares de Universidad	40	44	46	43	41	46	38
Cuerpo de Catedráticos de Escuelas Universitarias	1	1	1	1	1	1	1
Cuerpo de Profesores Titulares de Escuelas Universitarias	10	11	11	6	6	5	5
Profesor permanente laboral	0	0	0	0	0	8	10
Profesor sustituto	0	0	0	0	0	4	11
Profesor Contratado Doctor	10	10	6	18	16	16	10
Profesor Ayudante Doctor	6	11	14	10	10	6	8
Profesor con contrato de interinidad	0	0	1	4	6	9	6

Categoría	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Profesor Asociado	38	30	25	28	23	18	6
Profesor Colaborador	1	1	1	1	1	1	1
Personal Investigador en Formación	3	5	6	6	7	2	1
Personal Docente, Investigador o Técnico	0	0	2	1	0	0	1
Horas profesorado permanente	63,78 %	66,37 %	67,51 %	72,33 %	69,62 %	71,27 %	77,53 %
Horas profesorado no permanente	36,22 %	33,63 %	32,49 %	27,67 %	30,38 %	28,73 %	22,47 %

4.6.— Tabla de personal de apoyo a la docencia

Tabla 4.6.1.1: Evolución del PTGAS de apoyo a la docencia

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

Especialidad RPT	Tipo personal	2019-06	2020-06	2021-06	2022-06	2023-06	2024-06
Administración y Svcs.Grales.	De carrera	29	32	32	31	30	32
Administración y Svcs.Grales.	En prácticas	2	0	0	0	0	0
Administración y Svcs.Grales.	Interino	9	10	8	9	11	9
Apoy. Doc. Inv. Lab.Arch.Bibl.	De carrera	7	7	7	6	4	11
Apoy. Doc. Inv. Lab.Arch.Bibl.	Interino	8	8	8	9	10	3
Fuera RPT	Interino	2	1	1	2	2	1
Técnica, Mantenim. y Oficios	De carrera	0	0	0	0	0	3
Técnica, Mantenim. y Oficios	Interino	2	2	2	2	2	0
Técnica, Mantenim. y Oficios	Temporal	1	1	1	1	1	0
Total PAS		60	61	59	60	60	59

En la tabla se muestra el PTGAS adscrito al centro donde se imparte el estudio. En el caso de Teruel los datos corresponden al personal adscrito a la unidad administrativa.

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

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Número de cursos realizados	46	55	69	68	60	50
Número de profesores participantes	35	54	52	43	52	42

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

	2019	2021	2022	2023	2024
Nº de proyectos de innovación en los que han participado los profesores del estudio	31	37	44	36	46
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	43	56	60	53	57

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

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
SICUE	3	1	1	0	2	3
Erasmus	23	28	37	32	31	22
Movilidad virtual UNITA	0	0	6	0	0	0
Movilidad rural UNITA	0	0	0	0	0	0
Movilidad iberoamericana	10	2	15	17	15	10

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
NOA	0	0	0	0	1	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	36	31	59	49	49	35

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

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
SICUE	1	2	5	7	2	4
Erasmus	19	17	26	41	26	23
Movilidad virtual UNITA	0	0	0	0	0	0
Movilidad iberoamericana	0	0	0	0	0	0
NOA	0	0	0	1	0	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total	20	19	31	49	28	27

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

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
% de titulados	34.07	14.29	18.82	37.8	33.33	30.61

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: 2024/2025

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa
Datos a fecha: 01-12-2025

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	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0	0	0,0	0	0,0
0	81484	Ciclo de Píldoras formativas en emprendimiento	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	27600	Fundamentos de administración y direccion de empresas	25	14,5	39	22,7	86	50,0	21	12,2	1	0,6	0	0,0	0	0,0
1	27601	Contabilidad financiera I	25	13,4	60	32,3	74	39,8	26	14,0	0	0,0	1	0,5	0	0,0
1	27602	Matemáticas I	44	21,6	55	27,0	70	34,3	33	16,2	0	0,0	2	1,0	0	0,0
1	27603	Introducción al márketing	10	6,5	17	11,0	93	60,4	28	18,2	6	3,9	0	0,0	0	0,0
1	27604	Introducción al derecho	16	9,6	14	8,4	88	52,7	39	23,4	6	3,6	4	2,4	0	0,0
1	27605	Historia económica y economía mundial	27	16,0	29	17,2	104	61,5	9	5,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	27606	Contabilidad financiera II	83	33,9	59	24,1	86	35,1	16	6,5	0	0,0	1	0,4	0	0,0
1	27607	Microeconomía I	46	26,3	52	29,7	68	38,9	9	5,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0
1	27608	Matemáticas II	52	25,7	48	23,8	91	45,0	9	4,5	0	0,0	2	1,0	0	0,0
1	27609	Estadística I	31	15,6	37	18,6	83	41,7	45	22,6	0	0,0	3	1,5	0	0,0
2	27610	Estadística II	33	18,8	51	29,0	83	47,2	8	4,5	0	0,0	1	0,6	0	0,0
2	27611	Fiscalidad de la empresa	29	18,7	49	31,6	59	38,1	17	11,0	0	0,0	1	0,6	0	0,0
2	27612	Macroeconomía I	28	20,6	25	18,4	72	52,9	9	6,6	0	0,0	2	1,5	0	0,0
2	27613	Microeconomía II	23	16,5	36	25,9	70	50,4	8	5,8	0	0,0	2	1,4	0	0,0
2	27614	Organización y gestión interna	11	8,8	17	13,6	75	60,0	18	14,4	0	0,0	4	3,2	0	0,0
2	27615	Análisis y valoración de las operaciones financieras	28	19,7	28	19,7	61	43,0	22	15,5	1	0,7	2	1,4	0	0,0
2	27616	Economía española	9	6,6	20	14,7	98	72,1	8	5,9	0	0,0	1	0,7	0	0,0
2	27617	Estados financieros	26	18,8	34	24,6	69	50,0	8	5,8	0	0,0	1	0,7	0	0,0
2	27618	Introducción a la investigación de mercados	7	7,1	9	9,2	47	48,0	30	30,6	2	2,0	3	3,1	0	0,0
2	27619	Macroeconomía II	21	18,9	14	12,6	63	56,8	11	9,9	1	0,9	1	0,9	0	0,0
3	27620	Investigación de mercados I	3	2,9	3	2,9	63	61,2	31	30,1	2	1,9	1	1,0	0	0,0
3	27621	Análisis de datos y técnicas multivariantes	16	12,2	21	16,0	58	44,3	29	22,1	5	3,8	2	1,5	0	0,0
3	27622	Comportamiento del cliente	6	4,7	33	25,6	69	53,5	20	15,5	1	0,8	0	0,0	0	0,0
3	27623	Sociología del consumo	1	1,0	4	4,2	77	80,2	11	11,5	3	3,1	0	0,0	0	0,0
3	27624	Decisiones sobre producto y marca	2	2,0	2	2,0	54	53,5	40	39,6	1	1,0	2	2,0	0	0,0
3	27625	Investigación de mercados II	5	5,1	2	2,0	36	36,4	46	46,5	7	7,1	3	3,0	0	0,0
3	27626	Decisiones sobre distribución comercial	1	0,8	4	3,4	41	34,5	72	60,5	0	0,0	1	0,8	0	0,0
3	27627	Decisiones sobre gestión comercial de precios	6	5,0	15	12,4	75	62,0	20	16,5	2	1,7	3	2,5	0	0,0

Curso	Código	Asignatura	No												
			pre	%	Sus	%	Apr	%	Not	%	Sob	%	MH	%	Otr
3	27628	Decisiones sobre comunicación comercial	2	2,1	3	3,2	18	19,1	61	64,9	7	7,4	3	3,2	0
3	27629	Econometría	1	0,9	3	2,7	60	53,1	39	34,5	6	5,3	4	3,5	0
4	27630	Plan de marketing	2	2,1	1	1,1	40	42,6	47	50,0	3	3,2	1	1,1	0
4	27631	Dirección de equipos	1	1,2	0	0,0	21	24,4	50	58,1	10	11,6	4	4,7	0
4	27632	Trabajo fin de Grado	23	20,4	0	0,0	12	10,6	44	38,9	31	27,4	3	2,7	0
4	27633	Marketing estratégico	0	0,0	0	0,0	16	24,2	42	63,6	8	12,1	0	0,0	0
4	27634	Comunicación corporativa	0	0,0	0	0,0	2	4,1	42	85,7	4	8,2	1	2,0	0
4	27635	Dirección de ventas	0	0,0	0	0,0	23	62,2	11	29,7	3	8,1	0	0,0	0
4	27636	Marketing de organizaciones de servicios	1	4,0	1	4,0	4	16,0	15	60,0	4	16,0	0	0,0	0
4	27637	Márketing público y no lucrativo	0	0,0	0	0,0	4	21,1	15	78,9	0	0,0	0	0,0	0
4	27638	Marketing y responsabilidad social corporativa	0	0,0	0	0,0	1	4,0	22	88,0	2	8,0	0	0,0	0
4	27639	e-Márketing	0	0,0	0	0,0	28	41,8	32	47,8	6	9,0	1	1,5	0
4	27640	Las TIC y su aplicación al márketing	0	0,0	0	0,0	2	5,1	26	66,7	9	23,1	2	5,1	0
4	27641	Técnicas sociológicas de negociación comercial	0	0,0	0	0,0	2	11,1	12	66,7	4	22,2	0	0,0	0
4	27643	Políticas de comercio internacional	0	0,0	0	0,0	4	23,5	8	47,1	5	29,4	0	0,0	0
4	27644	Plan de internacionalización de la empresa	0	0,0	0	0,0	7	23,3	19	63,3	2	6,7	2	6,7	0
4	27645	Estrategias de crecimiento empresarial	0	0,0	0	0,0	22	64,7	12	35,3	0	0,0	0	0,0	0
4	27648	Métodos estadísticos en investigación de mercados	1	25,0	0	0,0	2	50,0	0	0,0	0	0,0	1	25,0	0
4	27649	Prácticas en empresa I	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	14,3	6	85,7	0	0,0	0
4	27650	Simulación comercial	3	12,5	0	0,0	7	29,2	12	50,0	1	4,2	1	4,2	0
4	27651	Marketing internacional	0	0,0	0	0,0	5	19,2	19	73,1	2	7,7	0	0,0	0
4	27652	Sistemas de información y bases de datos	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	33,3	3	50,0	1	16,7	0
4	27653	Gestión de la innovación	1	3,4	0	0,0	8	27,6	19	65,5	1	3,4	0	0,0	0
4	27654	Lengua extranjera para marketing (inglés)	1	4,5	1	4,5	6	27,3	9	40,9	4	18,2	1	4,5	0
4	27655	Lengua extranjera para márketing (francés)	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	100,0	0	0,0	0	0,0	0
4	27657	Prácticas en empresa II	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	33,3	6	66,7	0	0,0	0
4	27667	Prácticas en empresa	1	2,1	0	0,0	1	2,1	11	22,9	35	72,9	0	0,0	0

Tabla 6.4.2.2: Análisis de los indicadores del título

Año académico: 2024/2025

Titulación: Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Centro: Facultad de Economía y Empresa

Datos a fecha: 01-12-2025

Curso	Cód As	Asignatura	Mat	Rec Equi Conv	Apro	Susp	No pre	Tasa éxito	Tasa rend
Cód As: Código Asignatura Mat: Matriculados Apro: Aprobados Susp: Suspendidos No Pre: No presentados Tasa Rend: Tasa Rendimiento									
1	32600	Derecho privado patrimonial	0	18	0	0	0	0.00	0.00
1	32601	Fundamentos de administración y dirección de empresas	0	7	0	0	0	0.00	0.00
1	32602	Historia económica y economía mundial	0	15	0	0	0	0.00	0.00
1	32603	Matemáticas para marketing e investigación de mercados I	0	1	0	0	0	0.00	0.00
1	32604	Principios de marketing	0	18	0	0	0	0.00	0.00
1	32605	Estadística y ciencia de datos I	0	8	0	0	0	0.00	0.00
1	32606	Finanzas aplicadas al marketing	0	1	0	0	0	0.00	0.00
1	32607	Matemáticas para marketing e investigación de mercados II	0	5	0	0	0	0.00	0.00
1	32608	Microeconomía I: consumo y producción	0	1	0	0	0	0.00	0.00
2	32616	Contabilidad	0	1	0	0	0	0.00	0.00
4	32631	Análisis financiero para el marketing	0	1	0	0	0	0.00	0.00
4	32641	Prácticas en empresa I	0	1	0	0	0	0.00	0.00
4	32646	Inglés para marketing	0	1	0	0	0	0.00	0.00
4	32649	Prácticas en empresa II	0	1	0	0	0	0.00	0.00
1	27600	Fundamentos de administración y dirección de empresas	172	10	108	39	25	73.47	62.79
1	27601	Contabilidad financiera I	186	8	101	60	25	62.73	54.30
1	27602	Matemáticas I	204	9	105	55	44	65.63	51.47
1	27603	Introducción al marketing	154	11	127	17	10	88.19	82.47
1	27604	Introducción al derecho	167	11	137	14	16	90.73	82.04
1	27605	Historia económica y economía mundial	169	7	113	29	27	79.58	66.86
1	27606	Contabilidad financiera II	245	1	103	59	83	63.58	42.04
1	27607	Microeconomía I	175	6	77	52	46	59.69	44.00
1	27608	Matemáticas II	202	8	102	48	52	68.00	50.50
1	27609	Estadística I	199	8	131	37	31	77.98	65.83
2	27610	Estadística II	176	3	92	51	33	64.08	52.00

Curso	Cód As	Asignatura	Mat	Rec Equi Conv	Apro	Susp	No pre	Tasa éxito	Tasa rend
2	27611	Fiscalidad de la empresa	155	0	77	49	29	61.11	49.68
2	27612	Macroeconomía I	136	2	83	25	28	76.19	60.15
2	27613	Microeconomía II	139	3	80	36	23	68.97	57.55
2	27614	Organización y gestión interna	125	2	97	17	11	85.09	77.60
2	27615	Análisis y valoración de las operaciones financieras	142	7	86	28	28	75.89	60.71
2	27616	Economía española	136	2	107	20	9	84.25	78.68
2	27617	Estados financieros	138	0	78	34	26	69.37	56.20
2	27618	Introducción a la investigación de mercados	98	2	82	9	7	90.11	83.67
2	27619	Macroeconomía II	111	1	76	14	21	84.44	68.47
3	27620	Investigación de mercados I	103	0	97	3	3	96.81	93.81
3	27621	Análisis de datos y técnicas multivariantes	131	0	94	21	16	81.31	71.31
3	27622	Comportamiento del cliente	129	1	90	33	6	71.55	68.03
3	27623	Sociología del consumo	96	1	91	4	1	95.56	94.51
3	27624	Decisiones sobre producto y marca	101	0	97	2	2	97.83	95.74
3	27625	Investigación de mercados II	99	0	92	2	5	97.70	92.39
3	27626	Decisiones sobre distribución comercial	119	0	114	4	1	98.18	97.30
3	27627	Decisiones sobre gestión comercial de precios	121	0	100	15	6	88.99	84.35
3	27628	Decisiones sobre comunicación comercial	94	1	89	3	2	97.67	95.45
3	27629	Econometría	113	0	109	3	1	98.17	98.17
4	27630	Plan de marketing	94	0	91	1	2	98.77	96.39
4	27631	Dirección de equipos	86	0	85	0	1	100.00	98.68
4	27632	Trabajo fin de Grado	113	0	90	0	23	100.00	79.65
4	27633	Marketing estratégico	66	0	66	0	0	100.00	100.00
4	27634	Comunicación corporativa	49	1	49	0	0	100.00	100.00
4	27635	Dirección de ventas	37	0	37	0	0	100.00	100.00
4	27636	Marketing de organizaciones de servicios	25	0	23	1	1	100.00	92.31
4	27637	Márketing público y no lucrativo	19	0	19	0	0	100.00	100.00
4	27638	Marketing y responsabilidad social corporativa	25	1	25	0	0	100.00	100.00
4	27639	e-Márketing	67	0	67	0	0	100.00	100.00
4	27640	Las TIC y su aplicación al márketing	39	1	39	0	0	100.00	100.00
4	27641	Técnicas sociológicas de negociación comercial	18	0	18	0	0	100.00	100.00
4	27643	Políticas de comercio internacional	17	0	17	0	0	100.00	100.00

Curso	Cód As	Asignatura	Mat	Rec Equi Conv	Apro	Susp	No pre	Tasa éxito	Tasa rend
4	27644	Plan de internacionalización de la empresa	30	0	30	0	0	100.00	100.00
4	27645	Estrategias de crecimiento empresarial	34	0	34	0	0	100.00	100.00
4	27648	Métodos estadísticos en investigación de mercados	4	0	3	0	1	100.00	66.67
4	27649	Prácticas en empresa I	7	3	7	0	0	100.00	100.00
4	27650	Simulación comercial	24	0	21	0	3	100.00	83.33
4	27651	Marketing internacional	26	0	26	0	0	100.00	100.00
4	27652	Sistemas de información y bases de datos	6	0	6	0	0	100.00	100.00
4	27653	Gestión de la innovación	29	0	28	0	1	100.00	95.45
4	27654	Lengua extranjera para marketing (inglés)	22	2	20	1	1	95.00	90.48
4	27655	Lengua extranjera para márketing (francés)	2	0	2	0	0	100.00	100.00
4	27657	Prácticas en empresa II	9	2	9	0	0	100.00	100.00
4	27667	Prácticas en empresa	48	0	47	0	1	100.00	97.92

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: 01-12-2025

Curso	Éxito	Rendimiento	Eficiencia
2019-2020	86.78	78.71	87.11
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
2024-2025	82.03	71.31	83.08

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: 07-12-2025

Curso de la cohorte de nuevo ingreso (*)	Abandono	Graduación
2019-2020	32.37	43.17
2020-2021	32.86	49.29
2021-2022	41.13	19.86

(*) 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: 01-12-2025

Curso	Duración media graduados
2019-2020	5.02
2020-2021	5.01
2021-2022	5.14
2022-2023	4.82
2023-2024	5.13
2024-2025	5.24

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	2019		2020		2021		2022		2023		2024		
	% Tasa	Media	% Tasa	Media	% Tasa	Media	% Tasa	Media	% Tasa	Media	% Tasa	Media	
Prácticas externas curriculares. Alumnos.	5.00	18.75	3.47	8.06	3.34	6.10	3.42	11.76	3.74	11.32	4.31	21.88	4.05
Inserción laboral de egresados universitarios	36.00	14.29	3.17	15.38	3.36	22.35	2.58	14.63	2.33	—	—	—	—
Evaluación de la enseñanza	1.00	27.10	3.93	21.56	4.02	20.17	3.97	—	—	—	—	—	—
Encuesta de valoración de la docencia	45.00	—	—	—	—	—	—	37.77	4.12	38.95	4.21	41.44	4.15
Cuestionario de valoración de la actividad docente	2.00	—	4.24	—	4.25	—	4.15	—	—	—	—	—	—
Satisfacción del profesorado con la titulación y los servicios	3.00	26.40	3.73	27.00	3.74	20.60	3.65	23.80	3.91	25.23	3.78	24.07	4.08
Satisfacción global con la titulación	9.00	15.40	3.24	12.70	3.52	8.70	3.28	6.61	2.90	1.54	3.71	7.96	3.37
Trabajo fin de grado máster.	11.00	10.60	4.50	9.30	3.68	11.00	4.02	6.61	3.96	3.08	4.09	6.19	4.60
Satisfacción del alumnado con el programa ERASMUS	26.00	89.50	3.79	100.00	4.17	15.40	3.81	100.00	3.90	100.00	3.91	100.00	4.10

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)

Tabla 7.5.2: Satisfacción y egreso

Estudio: Grado en Marketing e Investigación de Mercados
Centro: Facultad de Economía y Empresa
Plan: 679

Encuesta

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: $n.^{\circ}$ de respuestas/ $n.^{\circ}$ 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.

En el curso 2024-2025 se ha mantenido la **oferta de 150 plazas** del Grado, cubriéndose casi en su totalidad con 148 estudiantes de nuevo ingreso, cifra ligeramente superior a la del curso anterior (141). La mayoría del alumnado ha accedido a la titulación a través de la EVAU (92%), manteniéndose estable el perfil de ingreso, tanto en procedencia como en distribución por género. La nota de corte es superior a la del curso previo, situándose en 8,5 para el periodo extraordinario de acceso.

Respecto a la **estructura del profesorado**, las horas impartidas por personal permanente han aumentado de forma significativa, alcanzando el 77,53%, lo que consolida una tendencia positiva en la estabilidad del equipo docente y reduce el porcentaje de profesorado asociado y sustituto. Además, se ha reducido el número de profesores que imparten asignaturas en primer curso (30 frente a 36), lo que indica un menor número de docentes por asignatura, aspecto sugerido en informes anteriores. La calidad investigadora y docente del equipo docente sigue siendo elevada, como muestran el número de sexenios (176) y quinquenios (390), así como la valoración media de la actividad docente realizada por el alumnado (4,15).

En materia de **formación e innovación docente**, se observa una ligera reducción en la participación en cursos del CIFICE (34% frente al 36,39% del curso anterior), aunque aumenta la implicación del profesorado en proyectos de innovación, tanto en número de proyectos (46) como en docentes participantes (57). Estos datos muestran la preocupación del profesorado por implementar mejoras en la docencia de las asignaturas y en las actividades desarrolladas en el contexto de la titulación.

Respecto a la **movilidad internacional**, se detecta un leve descenso en el número de estudiantes participantes en programas Erasmus, tanto OUT (27 frente a 28) como IN (22 frente a 31), así como en los estudiantes IN de los programas de Movilidad Iberoamericana (10 frente a 15). Aun así, el 30,6% de los titulados ha realizado una estancia internacional, porcentaje ligeramente inferior al del curso precedente. Por el contrario, la participación en programas de **movilidad nacional** ha aumentado tanto en estudiantes OUT (4 frente a 2) como en IN (3 frente a 2).

Los **resultados académicos** reflejan una evolución favorable: la tasa de éxito alcanza el 82,03% (3,9 puntos más que el curso anterior) y la tasa de rendimiento, el 71,31% (3,2 puntos más). Sin embargo, la tasa de eficiencia se reduce en 2,3 puntos. Analizando los datos por asignaturas, todas las tasas de éxito superan el 59,6% y solo hay tres asignaturas con una tasa de rendimiento inferior al 50%. En términos generales, estas tasas han mejorado en las materias de primer, tercer y cuarto curso, mientras que han empeorado en las de segundo. Se sigue encontrando un número elevado de no presentados en los dos primeros cursos, especialmente en asignaturas con mayor carga matemática o de continuación.

En relación con los **indicadores de permanencia**, la cohorte de nuevo ingreso 2021-2022 -que corresponde al estudiantado que teóricamente debía finalizar sus estudios en el curso 2024-2025- presenta una tasa de abandono del 41,13%, cifra que supone un incremento notable respecto a las cohortes anteriores, que se situaban en torno al 32%. Este dato parece apuntar a la persistencia de dificultades en los primeros cursos de la titulación, ya identificadas en informes previos.

Por su parte, la tasa de graduación es del 19,86%, sensiblemente inferior a la de las cohortes 2019–2020 y 2020–2021. No obstante, debe señalarse que esta tasa únicamente refleja la graduación en los cuatro años teóricos de duración del grado y que, como se ha explicado anteriormente, la duración media de los estudios se sitúa en 5,24 años.

En relación con la **satisfacción**, persisten tasas de respuesta muy bajas en las encuestas dirigidas al estudiantado, especialmente en las relativas a la titulación (3,54%), TFG (1,77%) y Prácticas Externas (21,88%), lo que dificulta disponer de información representativa. No obstante, continúa la tendencia del curso anterior hacia una mayor participación en las encuestas de valoración de la enseñanza (41,44%, frente al 38,95%). La valoración global de la docencia sigue siendo muy positiva (4,15 sobre 5).

En el caso del personal docente, la participación en la encuesta de satisfacción con la titulación y los servicios se sitúa en el 24,07%, algo inferior a la del curso anterior, mientras que la satisfacción media ha mejorado (4,08 frente a 3,78).

Acciones de mejora:

- **Fomentar la participación en programas de movilidad internacional.** La participación en programas de internacionalización ofrece al estudiantado una oportunidad única para ampliar su formación académica y personal. Estas experiencias les permiten desarrollar competencias en un entorno global, mejorar el dominio de otros idiomas y conocer la profesión del marketing en otros contextos culturales. Todo ello contribuye a completar su perfil profesional y mejorar su empleabilidad en un mercado laboral cada vez más globalizado.
- **Asistencia a clase y rendimiento académico.** Se debe continuar analizando los factores que influyen en la baja asistencia y su impacto en las tasas de no presentación a los exámenes. Se propone avanzar en el desarrollo del PIET y valorar en él el efecto que podría tener sobre la asistencia una modificación de los horarios actuales, ampliando la jornada lectiva de 4 a 6 horas y concentrando las clases en cuatro días.
- **Información del proceso de adaptación y extinción al nuevo plan de estudios.** Pese a haberse realizado sesiones informativas, es importante seguir trasladando al estudiantado información clara y actualizada para que pueda tomar decisiones adecuadas para finalizar con éxito sus estudios de grado.
- **Difusión y promoción de los cursos cero.** La Comisión analizó posibles causas de abandono de la titulación y destacó la importancia de contar con una base matemática adecuada al iniciar los estudios. Las estudiantes miembros de la Comisión sugieren implementar acciones que ayuden al estudiantado de nuevo ingreso a comprender la utilidad de estos cursos y que les anime a participar en ellos.

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

Durante el curso 2024-2025 se han mantenido y consolidado diversas iniciativas que ya fueron identificadas como buenas prácticas en cursos anteriores y que continúan contribuyendo de forma significativa a la calidad del Grado.

En primer lugar, el **curso en Moodle para la coordinación y comunicación interna** sigue siendo una herramienta fundamental para acercar la información al estudiantado. Este espacio, en el que están matriculados todos los estudiantes del Grado, permite publicar avisos relevantes y disponer de

secciones específicas por curso. El alumnado valora positivamente esta vía de comunicación, que facilita una coordinación académica más ágil y eficaz y ofrece un acceso centralizado a información clave, como calendarios de pruebas y actividades comunes.

Asimismo, se ha dado continuidad al **grupo de egresados del Grado en LinkedIn**, que sigue creciendo tanto en número de miembros como en nivel de actividad. Esta comunidad permite mantener el vínculo con antiguos estudiantes, difundir actividades de interés y facilitar la creación de redes profesionales entre titulados.

El **Ciclo Marketing Talks** (nueva denominación del antiguo Ciclo de Experiencias) y el **programa Expertia** han continuado desarrollándose durante este curso, ofreciendo al estudiantado la oportunidad de conocer de primera mano la realidad profesional del sector del marketing. La participación de profesionales y antiguos alumnos, que comparten su trayectoria y casos reales, mantiene el carácter aplicado del ciclo y refuerza la conexión entre el aprendizaje académico y el ámbito laboral.

En diversas asignaturas del Grado se ha consolidado también la **colaboración con empresas y entidades del entorno**, que proponen retos o proyectos aplicados vinculados a necesidades reales. Esta interacción permite al estudiantado trabajar con información y situaciones auténticas, desarrollar competencias profesionales y aproximarse al funcionamiento de las organizaciones implicadas.

Por otro lado, continúa creciendo la aplicación de la **metodología de Aprendizaje-Servicio**, especialmente a través de proyectos vinculados al programa SocialFECM. La implicación del estudiantado en iniciativas desarrolladas para entidades sociales, asociaciones y organismos públicos ha permitido trabajar competencias del ámbito del marketing mientras se contribuye a mejorar el entorno social. Esta doble dimensión formativa y social refuerza el compromiso de la titulación con una formación de calidad y con impacto.

Además, durante este curso se han desarrollado dos nuevas iniciativas que se incorporan como buenas prácticas:

Sesiones informativas sobre el proceso de extinción de la titulación y la adaptación al nuevo plan de estudios. Se han llevado a cabo tres reuniones informativas, dirigidas especialmente al estudiantado de primer curso y abiertas al resto de estudiantes. En ellas se ha explicado cómo puede afectar el proceso de extinción del plan de estudios 450, qué ocurre con las asignaturas que dejarán de impartirse el próximo curso, la normativa aplicable sobre extinción y adaptación, y los principales cambios previstos en el nuevo plan de estudios. Estas sesiones han permitido ofrecer información actualizada y facilitar la comprensión del proceso por parte del estudiantado.

Participación en el podcast “Primera Planta”. Durante este curso se ha colaborado con la Biblioteca de la Facultad en la grabación de un episodio del podcast “Primera Planta”. En esta actividad participaron cinco egresadas del Grado, que compartieron su experiencia profesional en el ámbito de la comunicación. Esta iniciativa permite al estudiantado conocer de primera mano diversas salidas profesionales vinculadas a la titulación y refuerza la conexión entre la formación académica y el ejercicio profesional. Está previsto continuar esta colaboración con nuevos episodios dedicados a otras salidas profesionales del Grado.

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

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

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 11 de diciembre de 2025.

Votos a Favor: 7

En contra: 0

Abstenciones: 0

Asistentes: 7

Elena Fraj (PDI)

Pilar Pellejero (PDI)

Elena Alquezar (Estudiante)

Shulin Martínez (Estudiante)

Raúl Sepúlveda (Profesional)

Javier Zarza (Experto CIFICE)

Teresa Montaner (Coordinadora titulación)



Anexo 2

Catálogo de indicadores del IEC

Desarrollo y despliegue del plan de estudios

Apartado 1.9. Admisión y reconocimiento

Tabla oferta/nuevo ingreso/matriculación

Plazas ofertadas

Oferta de plazas de estudiantes de nuevo ingreso para cada curso académico, aprobada por el Consejo de Gobierno de la UZ, comunicada al Consejo General de Política Universitaria para su estudio y determinación, y publicada finalmente en el Boletín Oficial del Estado.

Estudiantes de nuevo ingreso

Matriculados en un plan de estudios que consumen alguna de las plazas ofertadas para un año y plan. Se incluyen expedientes SIGMA que han sido abiertos en cada curso académico y tienen algún registro en cualquiera de los procedimientos de preinscripción. Observaciones:

1. No se consideran matriculados de nuevo ingreso los que acceden a un estudio por el procedimiento de cambio de estudios, traslado de expediente, adaptación al grado, o los que anulan la matrícula.
2. Los datos de matriculados de nuevo ingreso en el Grado en Ingeniería de Organización Industrial, impartido en el Centro Universitario de la Defensa, se corresponden con los estudiantes que se matriculan por primera vez en ese estudio y centro, de acuerdo con la información que figura en las bases de datos de SIGMA.
3. Se excluyen las anulaciones de matrícula.

Estudiantes matriculados

Número de estudiantes —cuyos expedientes están asociados a un plan de estudios oficial— que se matriculan como mínimo en una asignatura de ese plan de estudios, sin tener en cuenta si las asignaturas han sido o no calificadas. Observaciones:

1. Se incluyen los estudiantes del plan que en virtud de programas de intercambio van a estudiar a otras universidades españolas o extranjeras.
2. No se incluyen los estudiantes que sólo formalizan matrícula con convalidaciones o adaptaciones o reconocimiento de créditos.
3. Los estudiantes que en virtud de programas de intercambio vienen a la UZ a cursar asignaturas de un plan concreto se cuentan en los planes 107 (Movilidad para 1º y 2º ciclo y grado) ó 266 (Movilidad para máster).
4. No se contabilizan los estudiantes que anulan la matrícula.

Titulados

Número de estudiantes que han completado todos los créditos del plan de estudios, sin tener en cuenta si han solicitado o no el título. Observaciones:

Para ser considerado graduado, un estudiante debe completar no sólo el número total de créditos de un plan de estudios, sino los créditos mínimos de cada tipo de asignatura (básicos, obligatorios, optativos, etc.)



Tabla créditos reconocidos

Créditos reconocidos

Créditos que, habiendo sido obtenidos con anterioridad en una enseñanza oficial de cualquier universidad, son computados en enseñanzas de la Universidad de Zaragoza a efectos de la obtención de un título oficial de Grado y de Máster. También se incluyen en este cómputo los créditos por realización de actividades que tienen reconocimiento académico.

Se incluyen en el total los créditos incorporados desde enseñanzas anteriores a la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior. Se trataría por ejemplo de los créditos superados por estudiantes que estaban cursando una licenciatura o diplomatura y no llegaron a titularse en el momento en que se extinguieron estas titulaciones y se pasaron a un estudio de grado.

Estudiantes con créditos reconocidos

Número de estudiantes distintos que han obtenido reconocimiento de créditos según la definición del apartado anterior.

Créditos matriculados

Créditos matriculados —no anulados— por los estudiantes cuyos expedientes están asociados a un plan de estudios oficial, hayan sido calificados o no.

Entre estos créditos no se incluyen los correspondientes a reconocimiento, convalidaciones o adaptaciones.

% Créditos reconocidos/Créditos matriculados

Cociente entre el total de créditos reconocidos y el total de créditos matriculados, definidos en los apartados anteriores.

Tabla estudio previo de los estudiantes de nuevo ingreso

Valores posibles: Pruebas de Acceso, FP, Titulados, Mayores de 25, Mayores de 40, Mayores de 45.

Se distribuye el número de estudiantes de nuevo ingreso en la titulación entre la clase de estudio cursado anteriormente por los estudiantes, que les da acceso a la Universidad, de acuerdo con los requisitos establecidos por la legislación vigente. Observaciones:

Los estudiantes procedentes de Bachillerato se incluyen en “Pruebas de Acceso”. Los estudiantes procedentes de Ciclos Formativos de Grado Superior se incluyen en “FP”, aunque se hayan presentado a la fase específica de la EvAU.

Tabla perfil de ingreso de los estudiantes: procedencia (CCAA) (residencia familiar)

CCAA

Distribuye el número de estudiantes de nuevo ingreso según la comunidad autónoma a la que pertenece el código postal de residencia familiar indicada por el estudiante en el curso académico en que se matricula.

Valores posibles: Aragón (si el código postal de residencia familiar pertenece a las provincias de Zaragoza, Huesca o Teruel), CCAA distinta a Aragón y No informado (si el código postal es 99999).



Tabla perfil de ingreso de los estudiantes: procedencia (país) (residencia familiar)

PAÍS

Distribuye el número de estudiantes de nuevo ingreso en función de si el país de residencia familiar grabado en SIGMA para cada estudiante pertenece o no al Espacio Europeo de Educación Superior.

Países pertenecientes al EEES (a fecha 20/09/2022): Austria, Albania, Andorra, Armenia, Azerbaijón, Bélgica, Bulgaria, Bosnia-Herzegovina, Suiza, República Checa, Croacia, Chipre, Alemania, Dinamarca, España, Eslovaquia, Estonia, Eslovenia, Eslovaquia, Francia, Liechtenstein, Georgia, Reino Unido, Gibraltar, Grecia, Hungría, Italia, Irlanda, Islandia, Luxemburgo, Lituania, Letonia, Letonia, Malta, Macedonia, Montenegro, Moldavia, Noruega, Holanda, Portugal, Polonia, Rumanía, Rusia, Suecia, Finlandia, Serbia, Turquía, Ucrania, Ciudad de Vaticano.

Tabla perfil de ingreso de los estudiantes: género

Distribuye el número de estudiantes de nuevo ingreso según el campo "Sexo" grabado para cada estudiante en las bases de datos académicos.

Tabla perfil de ingreso de los estudiantes: edad

Distribuye el número de estudiantes de nuevo ingreso según la fecha de nacimiento grabada para cada estudiante en las bases de datos académicos.

La edad es la que tienen a fecha 31 de diciembre del curso académico en que acceden a la titulación y se agrupa en los siguientes tramos: menor o igual que 24, entre 25 y 29, entre 30 y 34, mayor o igual que 35.

Tabla nota media de admisión y nota de corte

Promedio de las notas medias de admisión de los estudiantes de nuevo ingreso, según cada uno de los tipos de estudio detallados en el indicador "Estudio previo de los alumnos de nuevo ingreso". Observaciones:

1. En el caso de los estudiantes de GRADO se indica la nota media de admisión de los estudiantes de nuevo ingreso que tengan como estudio previo Pruebas de Acceso, FP, Titulados Universitarios, Mayores de 25, Mayores de 40 o Mayores de 45.
2. En el caso de los estudiantes de MÁSTER UNIVERSITARIO, no aplica.
3. No hay datos del Grado en Ingeniería de Organización Industrial, impartido en el Centro Universitario de la Defensa, por no participar este centro en el proceso general de preinscripción.
4. Nota de corte EvAU: es la nota más baja de admisión de entre la totalidad de matriculados de nuevo ingreso en un estudio en el cupo general (Pruebas de Acceso + FP) en la convocatoria ordinaria, calculada a fecha 31 de diciembre del curso académico indicado. Incluye el efecto que sobre las listas de admisión tienen los llamamientos y la resolución de recursos.
5. Una nota de corte de 5,000 indica que todos los solicitantes por el cupo general han sido admitidos.
6. Si en la convocatoria extraordinaria se indica "No definido" significa que el estudio cubrió toda la oferta de plazas en la convocatoria ordinaria.



Personal académico y de apoyo a la docencia

Apartado 4.5 Personal Académico

Tabla estructura del profesorado

Número de profesores que imparten docencia en las asignaturas impartidas en centros propios de la Universidad de Zaragoza, correspondientes a planes de estudios oficiales de grado y máster.

Todos los datos de profesorado se clasifican según la categoría o cuerpo docente a que pertenecen los profesores encargados de la impartición de la docencia. La categoría indicada es la que consta **a fecha 30 de junio del curso indicado**, o a la fecha fin de contrato del profesor, si ésta es anterior al 30 de junio del curso indicado. El valor “no informado” significa que no encuentra información en las bases de datos de personal durante el curso indicado.

Para categoría o cuerpo docente se indica:

Total nº prof.

Número de profesores que imparten asignaturas correspondientes al estudio y año académico indicado.

% (nº prof.)

Porcentaje que supone el profesorado de cada categoría o cuerpo docente sobre el total de profesores de la titulación.

En primer curso

Número de profesores que imparten asignaturas de primer curso en el estudio y año académico indicado.

Nº Total sexenios

Suma de sexenios o tramos de investigación que tienen reconocidos (por la CNEAI y autonómicos) a efectos económicos los profesores encargados de la impartición de la docencia. Observaciones:

- El total de sexenios se calcula a fecha 30 de junio del curso indicado, o a la fecha fin de contrato del profesor, si ésta es anterior al 30 de junio del curso indicado.
- En el caso de titulaciones impartidas en centros adscritos, no aplica.

Total quinquenios

Suma de quinquenios o tramos de docencia que tienen reconocidos a efectos económicos los profesores encargados de la impartición de la docencia. Observaciones:

- El total de quinquenios se calcula **a fecha 30 de junio del curso indicado**, o a la fecha fin de contrato del profesor, si ésta es anterior al 30 de junio del curso indicado.
- En el caso de titulaciones impartidas en centros adscritos, no aplica.

Horas impartidas

Número de horas de docencia correspondientes a la impartición de asignaturas correspondientes a planes de estudios oficiales de grado y máster en centros propios de la Universidad de Zaragoza. En el caso de titulaciones impartidas en centros adscritos, no aplica.



% (horas impartidas)

Porcentaje que supone el número de horas de docencia impartidas por cada categoría o cuerpo docente sobre el total de horas impartidas por la totalidad de

Tabla evolución del profesorado

Horas profesorado permanente

Porcentaje que sobre el total de horas impartidas corresponde al profesorado permanente.

Según la disposición adicional décima de los Estatutos de la UZ, "son profesores con vinculación permanente a la Universidad los funcionarios de los cuerpos docentes universitarios y los profesores contratados con carácter indefinido". Por tanto, se consideran profesorado permanente:

- Funcionarios de los cuerpos docentes universitarios: catedráticos de universidad, profesores titulares de universidad, catedráticos de escuela universitaria y profesores titulares de escuela universitaria.
- Profesores contratados con carácter indefinido: los que tienen régimen jurídico "laboral" y contrato con modalidades "indefinido fijo" o "indefinido no fijo".

Horas profesorado no permanente

Porcentaje que sobre el total de horas impartidas corresponde al profesorado no permanente, no incluido entre el profesorado detallado en el apartado anterior.

Apartado 4.6 Personal de Apoyo a la Docencia

Tabla evolución del PTGAS de apoyo a la docencia (datos por centro)

Número de efectivos de Personal de Administración y Servicios del centro (*) en que se imparte la titulación, que constan en las bases de datos de personal con nombramiento/contrato activo a 30 de junio, distribuidos según:

- Especialidad RPT: es el área a la que se adscriben los puestos cuando éstos están incluidos en la Relación de Puestos de Trabajo del Personal de Administración y Servicios:
Valores posibles: Área de Administración y Servicios Generales; Área Técnica, de Mantenimiento y Oficinas; Área de Apoyo a la Docencia e Investigación y Laboratorios, Archivos y Bibliotecas.
- Tipo de personal: se distribuye según el régimen jurídico y sus modalidades.
Valores posibles: de carrera o interinos (funcionarios), indefinidos o temporales (laborales).

(*) En el caso de titulaciones impartidas en centros de Teruel, el PTGAS está adscrito a la unidad administrativa.

Apartado 4.7 Formación para la mejora de la docencia

Tabla Cursos CIFICE

Número de cursos realizados (*)

Número total de cursos impartidos por el CIFICE, en los que han participado docentes de un estudio y centro.



Número de profesores participantes ^(*)

Número total de docentes participantes distintos en los cursos del CIFICE, con independencia de la calificación obtenida.

() Si en un curso académico el número de participantes es menor al número de cursos es porque el mismo docente participa en varios cursos.*

Apartado 4.8 Innovación docente

Tabla Innovación docente

Número de proyectos de innovación en los que han participado los profesores del estudio ^(*)

Número total de proyectos distintos finalizados con éxito (estado proyecto “Memoria admitida”).

Número de proyectos PIET (Innovación Estratégica de la Titulación) aprobados

Número de proyectos PIET que han superado la memoria final.

Número de profesores que han participado en proyectos de innovación ^(*)

Número total de participantes distintos en los proyectos de innovación docente finalizados con éxito.

() Si en un curso académico el número de participantes es menor al número de cursos es porque el mismo docente participa en varios cursos.*

Recursos para el aprendizaje

Apartado 5.4 Recursos para el aprendizaje

Tabla estudiantes en planes de movilidad: IN

Número total de estudiantes de otras universidades que, en virtud de programas de intercambio de entrada a la Universidad de Zaragoza, se matriculan en los planes de movilidad 107 (Movilidad para 1º y 2º ciclo y grado) ó 266 (Movilidad para máster) para cursar asignaturas del plan de estudios.

Un mismo estudiante puede contabilizarse en planes de estudios distintos, dado que las asignaturas en las que se matricula pueden estar asignadas a planes de estudios diferentes.

Los estudiantes se distribuyen en los diferentes programas de movilidad existentes: Erasmus, SICUE, Movilidad Iberoamérica, UZ/Norteamérica, Oceanía y Asia, Movilidad virtual UNITA, etc.

Tabla estudiantes en planes de movilidad: OUT

Número total de estudiantes del plan que realizan una estancia temporal en otra universidad, en el marco de los acuerdos bilaterales o programas de movilidad suscritos por la Universidad de Zaragoza.

Los estudiantes se distribuyen en los diferentes programas de movilidad existentes: Erasmus, SICUE, Movilidad Iberoamérica, UZ/Norteamérica, Oceanía y Asia, Movilidad virtual UNITA, etc.

Tabla porcentaje de titulados con estancia de movilidad internacional

Relación porcentual entre los estudiantes titulados en el curso académico indicado que han realizado en alguno de los años en que han estado matriculado una estancia en una universidad extranjera en el marco de los acuerdos bilaterales o programas de movilidad internacionales y el número de estudiantes que han completado todos los créditos del plan de estudios, sin tener en cuenta si han solicitado o no el título.



Resultados de aprendizaje

Apartado 6.4 Resultados del proceso de formación

Tabla Distribución de calificaciones

Número de estudiantes clasificados según la calificación que han recibido en las asignaturas matriculadas: No presentado, Suspenso, Aprobado, Notable, Sobresaliente, Matrícula de Honor, Otros. Para cada asignatura se muestra el número de estudiantes que recibe cada calificación y el porcentaje que representa este sobre el total de matriculados en la asignatura.

Tabla análisis de los indicadores

Número de estudiantes que han recibido calificación en las asignaturas matriculadas. Se distribuyen de la siguiente manera:

Matriculados

Se contabilizan los estudiantes que han recibido calificación (presentado o no presentado) en actas. Debe tenerse presente que en los cursos académicos sin finalizar puede haber créditos pendientes de calificar. Las asignaturas adaptadas, convalidadas o reconocidas no se tienen en cuenta para este cálculo.

Estudiantes asignatura reconocida

Número de estudiantes que reconocen créditos que, habiendo sido obtenidos con anterioridad en una enseñanza oficial de cualquier universidad, son computados en enseñanzas de la Universidad de Zaragoza a efectos de la obtención de un título oficial de Grado y de Máster. Se incluyen en este cómputo los créditos de asignaturas que han sido adaptadas y los créditos convalidados, es decir, los que el alumno consigue para la titulación en la que está matriculado, por superación de conocimientos académicos previos o realización de actividades que tienen reconocimiento académico.

Aprobados

Número de estudiantes matriculados en asignaturas cuyos resultados en actas incluye cualquiera de las siguientes calificaciones: Aprobado, Aprobado por compensación, Apto, Matrícula de Honor, Notable, Sobresaliente, Evaluación Positiva. Las asignaturas adaptadas, convalidadas o reconocidas no se tienen en cuenta para este cálculo.

Suspendidos

Número de estudiantes matriculados en asignaturas cuyos resultados de examen han obtenido cualquiera de las siguientes calificaciones: S=Suspenso, SC=Suspenso compensable.

No presentados

Número de estudiantes matriculados en asignaturas cuyos resultados de examen han obtenido la calificación "No Presentado".

Tasa éxito

Relación porcentual entre el número total de créditos superados por los estudiantes en una asignatura ("Aprobados") y el número total de créditos presentados a examen ("Aprobados" + "Suspendidos").
Observaciones:

- Se cuentan los créditos presentados una sola vez en el curso académico, aunque se haya presentado a más de una convocatoria en ese mismo curso.



- Se excluyen del cálculo los créditos de asignaturas cursadas por estudiantes de la Universidad de Zaragoza en otras universidades en virtud de un programa de intercambio, los créditos de asignaturas del plan matriculados por estudiantes de programas de movilidad de otras universidades, los créditos matriculados en asignaturas que no son las del plan del alumno y los créditos reconocidos, adaptados o convalidados.

Tasa rendimiento

Relación porcentual entre el número total de créditos superados por los estudiantes en una asignatura ("Aprobados") y el número total de créditos matriculados ("Matriculados"). Observaciones:

- Se consideran créditos matriculados aquellos que han sido evaluados, es decir, que han recibido calificación (presentado o no presentado) en actas.
- Se excluyen del cálculo los créditos de asignaturas cursadas por estudiantes de la UZ en otras universidades en virtud de un programa de intercambio, los créditos de asignaturas del plan matriculados por estudiantes de programas de movilidad de otras universidades, los créditos matriculados en asignaturas que no son las del plan del alumno y los créditos reconocidos, adaptados o convalidados.

Apartado 6.5 Rendimiento y resultados académicos

Tabla tasas de éxito/rendimiento/eficiencia

Tasa de Éxito

Relación porcentual entre el número total de créditos superados por los estudiantes en un estudio y el número total de créditos presentados a examen, teniendo en cuenta para su cálculo los créditos matriculados por los estudiantes del plan en asignaturas de ese plan. Observaciones:

- Se cuentan los créditos presentados una sola vez en el curso académico, aunque se haya presentado a más de una convocatoria en ese mismo curso.
- Se excluyen del cálculo los créditos de asignaturas cursadas por estudiantes de la UZ en otras universidades en virtud de un programa de intercambio, los créditos de asignaturas del plan matriculados por estudiantes de programas de movilidad de otras universidades, los créditos matriculados en asignaturas que no son las del plan del estudiante y los créditos reconocidos, adaptados o convalidados.

Tasa de Rendimiento

Relación porcentual entre el número total de créditos superados por los estudiantes en un estudio y el número total de créditos matriculados, teniendo en cuenta para su cálculo los créditos matriculados por los estudiantes del plan en asignaturas de ese plan.

- Criterio de cálculo: se excluyen del cálculo los créditos de asignaturas cursadas por estudiantes de la UZ en otras universidades en virtud de un programa de intercambio, los créditos de asignaturas del plan matriculados por estudiantes de programas de movilidad de otras universidades, los créditos matriculados en asignaturas que no son las del plan del estudiante y los créditos reconocidos, adaptados o convalidados.



Tasa de Eficiencia

Relación porcentual entre el número total de créditos que han superado el conjunto de graduados de un determinado año académico a lo largo del estudio en el que se han titulado y el número total de créditos en que se han matriculado. Criterios de cálculo:

- Se excluyen los estudiantes de cursos de adaptación a grados.
- Se excluyen los estudiantes que tengan reconocidos (o adaptados o convalidados) más del 15% de los créditos del plan de estudios.

Ejemplos: si un estudiante se ha matriculado a lo largo del estudio en 240 créditos y supera esos 240 créditos, su tasa de eficiencia es del 100%. Si reconoce 10 créditos y se matricula en 230, superando esos 230, su tasa de eficiencia es del 100%. Si se ha matriculado en más créditos de los necesarios (245) pero los supera todos (245), su tasa de eficiencia es del 100%. Si, por el contrario, un estudiante se ha matriculado a lo largo del estudio en 250 créditos, superando 240, su tasa de eficiencia es del 96% (240/250).

Tabla tasas de abandono/graduación

Tasa de Abandono

Relación porcentual entre el número total de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso que debieron obtener el título el año académico previsto, de acuerdo con la duración del plan, y que no se han matriculado ni en ese año académico ni en el siguiente. Criterios de cálculo:

- Se excluyen los alumnos de cursos de adaptación a grados.
- Se excluyen los alumnos que tengan reconocidos (o adaptados o convalidados) más del 15% de los créditos del plan de estudios.
- Se excluyen los alumnos acogidos a la modalidad de tiempo parcial en alguno de los años cursados.

Observaciones:

- En las titulaciones con duración prevista de 1 año, los dos años consecutivos de no matrícula que se contabilizan para calcular esta medida son los dos años siguientes al de nuevo ingreso.
- Aunque un estudiante vuelva a matricularse pasados dos o más años desde el año académico de graduación previsto, seguirá computando en la “tasa de abandono”.

Importante: el curso académico que se indica es el de cohorte de entrada. Por ejemplo, si se consulta el curso x , la tasa de abandono se calcula sobre los estudiantes de una cohorte de entrada que accedieron a un estudio en el curso $x/x+1$. Si la duración del estudio es 4 años, el numerador de la tasa estará formado por el número de estudiantes que, sin titularse, no se matriculan ni en $x+3/x+4$ (año previsto de graduación) ni en $x+4/x+5$ (año previsto de graduación + 1). Para una titulación de máster de 1 año y una cohorte de entrada en el curso $x/x+1$, el numerador de la tasa estará formado por el número de estudiantes que, sin titularse, no se matriculan ni en $x+1/x+2$ ni en $x+2/x+3$.

Tasa de Graduación

Porcentaje de estudiantes que se gradúan antes de concluir el tiempo teórico previsto de finalización —de acuerdo con la duración del plan— más un año, en relación a su cohorte de entrada. Criterios de cálculo:

- Se excluyen los alumnos de cursos de adaptación a grados.
- Se excluyen los alumnos que tengan reconocidos (o adaptados o convalidados) más del 15% de los créditos del plan de estudios.
- Se excluyen los alumnos acogidos a la modalidad de tiempo parcial en alguno de los años cursados.



Importante: el curso académico que se indica es el de cohorte de entrada. Por ejemplo, si se consulta el x, la tasa de graduación se calcula sobre los estudiantes de una cohorte de entrada que accedieron a un estudio en el curso $x/x+1$. Si la duración del estudio es 4 años, el numerador de la tasa estará formado por el número de estudiantes que se titulan hasta $x+3/x+4$ (año previsto de graduación) o en $x+4/x+5$ (año previsto de graduación + 1). Para una titulación de máster de 1 año y una cohorte de entrada en el curso $x/x+1$, el numerador de la tasa estará formado por el número de estudiantes que se titulan en $x/x+1$ o en $x+1/x+2$.

Tabla duración media graduados

Media de los años que tardan los alumnos graduados en obtener el título.

Cálculo de la duración: año de obtención del título – año de acceso al estudio + 1

Criterios de cálculo:

- Se excluyen los alumnos de cursos de adaptación a grados.
- Se excluyen los alumnos que tengan reconocidos (o adaptados o convalidados) más del 15% de los créditos del plan de estudios.
- Se excluyen los alumnos acogidos a la modalidad de tiempo parcial en alguno de los años cursados.

Satisfacción y egreso

Apartado 7.5. Satisfacción y egreso

Tabla satisfacción y egreso

Se muestran los valores de las distintas encuestas que se realizan en la Universidad de Zaragoza cada curso académico, sobre el ámbito de la titulación.

- **% Tasa:** $n.^{\circ}$ de respuestas/ $n.^{\circ}$ de respuestas posibles.
- **Media:** media de satisfacción en una escala de valores de 1 a 5.

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).

En el cuestionario de valoración de actividad docente no es posible calcular la tasa de respuesta al ser desconocido el número de respuestas posibles.

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

Curso 2023/2024

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
13875	01 Desarrollo del estudio. Otros.	Baja asistencia del estudiantado a clase	Aumentar la asistencia a clase del alumnado. Objetivo FECEM 3.1.1.	Analizar las causas de la baja asistencia de estudiantes a determinadas clases. Se realizarán reuniones con estudiantes y docentes, para detectar las causas y proponer acciones que mejoren la asistencia las clases. Se estudiará también la relación entre la asistencia y la tasa de presentación a exámenes.	T- Coordinación del título	2025-2026	IND-1: Solicitud de un proyecto de innovación docente de titulación IND-2: Reuniones con estudiantes IND-3: Reuniones con docentes	IND-1: Sí IND-2: Sí IND-3: Sí	IND-1: Sí IND-2: Sí IND-3: en curso	Se ha solicitado un proyecto de innovación docente de titulación para abordar el problema del absentismo en el aula. El proyecto se desarrolla durante el curso 2025-2026	En curso

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
13893	01 Desarrollo del estudio. Otros.	Baja tasa de asistencia a clase	Mejorar la tasa de asistencia a clase mediante un cambio en el horario de las clases. Objetivo FECEM 3.1.1.	Estudiar si es viable un cambio en la configuración de los horarios de la titulación.	C - Equipo de dirección del centro	2025-2026	IND-1: Solicitud a la dirección del centro IND-2: Estudio de la viabilidad	IND-1: Sí IND-2: Sí	IND-1: Sí IND-2: Sí	Se realizó la solicitud de revisión de la organización de horarios al equipo decanal de la Facultad; no obstante, la respuesta recibida indica que dicha revisión no es viable debido a las restricciones de capacidad de los espacios disponibles en el edificio Lorenzo Normante.	Ejecutada
13877	05 Recursos para el aprendizaje. Movilidad	Internacionalización de la titulación	Continuar con los objetivos de mejora de la internacionalización de la titulación. Objetivo FECEM 3.1.1.	Animar al estudiantado a participar en programas de internacionalización, tanto de larga duración como de corta duración.	T- Coordinación del título	2025-2026	IND-1: Mensajes informativos sobre internacionalización IND-2: Reunión del estudiantado de tercero con algún antiguo alumno que haya participado en programas de movilidad.	IND-1: Sí IND-2: Sí	IND-1: Sí IND-2: Pendiente	Se ha solicitado al Vicedecano de Relaciones Internacionales que informe a la coordinación de la titulación sobre las charlas informativas programadas. Asimismo, se ha comunicado a los estudiantes la realización de dichas sesiones. Queda pendiente la organización de una sesión con alumnos que han participado en programas de intercambio.	En curso

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
13879	05 Recursos para el aprendizaje. Movilidad	Internacionalización de la titulación	Mejorar la oferta de destinos internacionales para la movilidad del estudiantado. Objetivo FECEM 2.1.3.	Establecer contacto con universidades de otros países para valorar la posibilidad de trabajar en títulos conjuntos. Se trabajará conjuntamente entre el Vicedecano de internacionalización y la Coordinadora de la titulación	C - Equipo de dirección del centro	2025-2026	IND-1: Contactos con universidades de otros países	IND-1: >=1	En proceso	Se está en contacto con algunas universidades para tratar de cerrar algún nuevo convenio.	En curso
13876	05 Recursos para el aprendizaje. Servicios de apoyo y orientación al estudiante.	Tasa de abandono de la titulación	Profundizar en las causas que llevan al estudiante a abandonar el grado e identificar líneas de acción que permitan reducirla. Objetivo FECEM 4.2.1.	Reunión con delegados de primer y segundo curso. Reunión con profesores de primer y segundo curso.	T- Coordinación del título	2024-2025	IND-1: Reuniones celebradas con estudiantes IND-2: Reuniones celebradas con profesores	IND-1: Sí IND-2: Sí	IND-1: Sí IND-2: No	En las reuniones mantenidas con los delegados de los primeros cursos se ha tratado este tema. Sin embargo, ante la dificultad de acceder a los datos de los alumnos que han abandonado, y por tanto de realizar un seguimiento adecuado, se ha desestimado la acción.	Desestimada
13874	07 Encuestas e indicadores de satisfacción de los grupos de interés.	Bajas tasas de respuesta en las encuestas de satisfacción del estudiantado que limita su evaluación.	Lograr una mayor participación del estudiantado en las encuestas de satisfacción, especialmente las relacionadas con asignaturas o programas especiales como son prácticas, TFG y movilidad. Objetivo FECEM 4.1.1.	Correo electrónico a los estudiantes de 4º curso, resaltando la importancia de que participen en las encuestas sobre las prácticas en empresa y trabajo fin de grado. Correo electrónico a los estudiantes que han participado en programas de movilidad.	T- Coordinación del título	2024-2025	IND-1: Mensajes a los estudiantes que han participado en estas asignaturas/actividades IND-2: Tasa de respuesta	IND-1: Sí IND-2: superior al curso anterior	IND-1: Sí IND-2: parcialmente	Se ha conseguido una mayor tasa de respuesta en la encuesta de prácticas (21,88% frente a 11,32%); sin embargo, no se ha observado la misma mejora en la encuesta del Trabajo Fin de Grado (1,77% frente a 4,09%).	Ejecutada

2.— Acciones que conllevan modificación del título

ID	Apartado de la memoria	Tipo de modificación	Descripción	Justificación	Estado
13878	(no definido)	(no definido)	Puesta en marcha del título adaptado al RD 822/2021 según el calendario acordado	Los valores de algunos de los indicadores de calidad de la titulación están relacionados con la necesidad de modificar 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 actuales del mercado laboral.	Ejecutada

3.— Fecha aprobación CGC

Fecha
30/01/25 V. definitiva