

Plan anual de innovación y mejora – Máster Universitario en Dirección, Estrategia y Marketing

Para el curso 2025/2026

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
14854	01 Desarrollo del estudio. Perfil de ingreso, admisión y matrícula.	Existencia de alguna vacante en el Máster como consecuencia de anulación de matrículas una vez iniciado el curso y haber impartido varias semanas de docencia	Que en el inicio del curso estén todos los estudiantes matriculados (Objetivo 3.3.1._ Mejorar y racionalizar la dotación y gestión de los recursos materiales y los servicios que la Facultad presta a la comunidad universitaria y a la sociedad en general)	Trasladar esta preocupación a los responsables de la Universidad (Sección de Másteres o quien corresponda)	T-Comisión de Garantía de la Calidad del título	2026-2027	nº Matriculados/nº plazas ofertadas	100%
15043	07 Encuestas e indicadores de satisfacción de los grupos de interés.	La participación del alumnado en encuestas de Trabajo fin de Máster (TFM) y Satisfacción global de la titulación es limitada.	Incremento de la participación del alumnado en encuestas de Trabajo fin de Máster (TFM) y Satisfacción global de la titulación. 4.1.1 (supervisión, evaluación y mejora de indicadores)	Se observa una muy baja participación del alumnado en las encuestas de TFM y satisfacción global de la titulación, lo que, limita (anula) la utilidad de los indicadores de satisfacción. Por ello, se debe seguir incentivando y animando al alumnado para que mejore su tasa de respuesta a la encuesta de satisfacción con la titulación y los servicios.	T- Coordinación del título	2026-2027	Tasa de respuesta	40%

ID	Ámbito de mejora	Necesidad detectada	Objetivo de mejora	Descripción de la acción	Responsable de aprobación		Indicadores	Valores a alcanzar
					Plazo			
15044	07 Seguimiento de egresados.	No se dispone de información sobre los egresados y hay dificultad de comunicación con ellos.	Creación de un grupo en LinkedIn para los egresados del Máster. 4.1.1._Compromiso con la supervisión, evaluación y mejora de los indicadores	Con el objeto de disponer de información reciente sobre el perfil de egreso de nuestros titulados y su grado de inserción laboral, así como crear una comunidad en la que se pueda compartir información de interés, se abrirá una cuenta a nombre del máster en la red profesional (LinkedIn).	T- Coordinación del título	2025-2026	Creación de una cuenta en LinkedIn	1
15045	99 Otros.	Visibilizar las actividades del Máster.	Organizar un acto de Bienvenida de la nueva promoción y de Clausura de la saliente Objetivo 3.1.1: y Objetivo 4.1.1: Compromiso con la supervisión	Ambos eventos contribuirían a mejorar la integración del alumnado recién incorporado, facilitar el conocimiento entre estudiantes y profesorado, y reforzar el sentimiento de pertenencia al máster. Asimismo, el acto de Clausura permitiría reconocer el esfuerzo realizado por los egresados, favorecer su vinculación con el máster una vez finalizados lo	T- Coordinación del título	2025-2026	Acto de Bienvenida y Clausura	1

2.– Acciones que conllevan modificación del título

3.– Fecha aprobación CGC

Fecha

9 de diciembre de 2025