

2018-
2019

INFORME FINAL DEL SISTEMA DE
GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD
DEL MÁSTER U. EN DIRECCIÓN DE
MARKETING (EMPRESAS
TURÍSTICAS)
ESTADO DE LA ACTIVIDAD ACADÉMICA DE LA
TITULACIÓN
CURSO ACADÉMICO 2018 – 2019



**INFORME FINAL DEL SGIC DEL MÁSTER UNIVERSITARIO EN
DIRECCIÓN DE MARKETING (EMPRESAS TURÍSTICAS)
CURSO ACADÉMICO 2018-2019**

1. INTRODUCCIÓN

El Informe Final del Sistema de Garantía Interno de Calidad (SGIC) del Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas) es la síntesis de toda la información generada por el Sistema a lo largo de un curso académico: adecuación de la oferta, perfil de los estudiantes de nuevo ingreso, indicadores de la titulación, resultado de asignaturas, calidad de la docencia y del profesorado, satisfacción de los grupos de interés, inserción laboral, estado de cumplimiento de los objetivos de calidad y plan de mejoras de la titulación.

Todos los resultados que se presentan en este informe hacen referencia al curso académico 2018 – 2019, a menos que se indique lo contrario en la tabla o análisis correspondientes.

2. RESPONSABLES DEL SGIC

Tabla 1. Miembros de la Comisión de Calidad.

COMISIÓN DE CALIDAD DE POSGRADO	
CARGO	NOMBRE Y APELLIDOS
Presidenta de la Comisión	D ^a . Ana SERRANO BEDIA
Secretario	D. Sergio SANFILIPPO AZOFRA
Coordinador del MBA	D. José Luis FERNÁNDEZ SÁNCHEZ (curso 18-19) D ^a . Elisa P. BARAIBAR DÍEZ (curso 19-20)
Coordinador del M Marketing	D. Héctor SAN MARTÍN GUTIÉRREZ
Coordinadora del M ETI	D ^a M. Elena GARCÍA RUIZ
Coordinador Máster Economía (Instrumentos del Análisis Económico)	D. Daniel DÍAZ FUENTES (curso 18-19) D. Marcos FERNÁNDEZ GUTIÉRREZ (curso 19-20)
Responsable del Programa de Movilidad	D ^a . María HIERRO FRANCO (curso 18-19) D ^a . Ingrid MATEO MANTECÓN (curso 19-20)
Responsable del Programa de Prácticas	D. Antonio MARTÍN HERNÁNDEZ
Profesor vinculado a titulación	D. Pablo COTO MILLÁN
Profesora vinculada a titulación	D ^a Gema GARCIA PIQUERES
Profesor vinculado a titulación	D. Fco Javier MARTÍNEZ GARCÍA
Profesora vinculada a titulación	D ^a . Ana FERNÁNDEZ LAVIADA
Profesora vinculada a titulación	D ^a . Sara TRIGUEROS PRECIADO
Profesor vinculado a la titulación	D. José M ^a SARABIA ALEGRÍA
Profesor vinculado a la titulación	D. Daniel PÉREZ PÉREZ
Técnico de Organización y Calidad (PAS)	D ^a . Belén NAVALÓN POSTIGO
Estudiante	D. Javier TORRE SAIZ (curso 18-19) D. Francisco CERRO OLARREAGA (curso 19-20)* D ^a . Yanely ABREU MARTÍNEZ (curso 19-20)*
Egresada	D ^a . Marta PÉREZ PÉREZ

*Pendiente nombramiento en Junta de Centro

La Comisión de Calidad de la Titulación es el órgano encargado de particularizar el SGIC definido por la Universidad de Cantabria a las características del título. Además, promueve la cultura de la calidad entre todos los agentes implicados en el título, implementa los procedimientos del SGIC en la titulación y analiza toda la información generada por éste, proponiendo medidas correctoras en aquellas cuestiones en las que se detecten desequilibrios, en un proceso de mejora continua que redunde en la mejora del título.

3. ADECUACIÓN DE LA OFERTA Y PERFIL DE INGRESO

Tabla 2. Adecuación de la oferta de la Titulación.

Titulación	Plazas Ofertadas	Estudiantes de nuevo ingreso			Tasa de cobertura*		
		2016-17	2017-18	2018-19	2016-17	2017-18	2018-19
Marketing	30	17	17	16	57%	57%	53%
Ciencias Sociales y Jurídicas	308	242	224	227	79%	73%	74%
Universidad de Cantabria	1.203	661	593	661	55%	49%	55%

*Tasa de cobertura: Relación entre el número de estudiantes de nuevo ingreso y el número de plazas ofertadas.

Tabla 3. Perfil de ingreso de la Titulación del curso académico 2018 – 2019.

	Marketing	Ciencias Sociales y Jurídicas	Universidad de Cantabria
Preinscripciones en Primera Opción	18	488	1.105
Estudiantes nuevo ingreso	16	227	661
% Mujeres	75%	57%	48%
% Hombres	25%	43%	52%
Total de estudiantes matriculados	18	283	963

La tasa de cobertura fue del 53% en el curso 2018-19 y se mantiene relativamente estable a lo largo de los últimos cursos. Si bien esta tasa es similar a la media de los títulos de posgrado del conjunto de la UC (55%), es claramente inferior a la registrada en las titulaciones de la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas (74%).

La presencia de mujeres es más alta que la de hombres, e incluso en mayor medida que en las titulaciones de su rama de conocimiento. (Tabla 3).

De acuerdo con los datos de matrícula del Centro el 35% de los alumnos matriculados en el Máster no son de nacionalidad española.

4. INDICADORES DE LA TITULACIÓN Y RESULTADOS ACADÉMICOS

Definición de Indicadores

Dedicación lectiva media: Promedio de créditos ECTS en que están matriculados los estudiantes de la Titulación.

Tasa de Rendimiento: Relación porcentual entre el número de créditos aprobados y el número de créditos matriculados.

Tasa de Éxito: Relación porcentual entre el número de créditos aprobados y el número de créditos presentados a examen.

Tasa de Evaluación: Relación porcentual entre el número de créditos presentados a examen y el número de créditos matriculados.

Tasa de Eficiencia: Relación porcentual entre el número total de créditos que ha superado un estudiante a lo largo de la titulación en la que ha sido egresado y el nº total de créditos en que se ha matriculado.

Tasa de abandono: Porcentaje de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso en el curso X, matriculados en el título T, en la universidad U, que sin haberse graduado en ese título no se han matriculado en él ni en X+1 ni en X+2.

Tabla 4. Evolución de los principales indicadores de la Titulación.

AGREGACIÓN	Dedicación lectiva media (ECTS)			T. Rendimiento			T. Éxito		
	2016-17	2017-18	2018-19	2016-17	2017-18	2018-19	2016-17	2017-18	2018-19
M Marketing	57	59	57	94,13	100	90,24	100	100	100
Ciencias Sociales y Jurídicas	52	51	51	94,48	94,45	92,92	99,35	98,98	99,58
Universidad de Cantabria	50	46	46	91,68	90,79	89,04	97,76	97,62	98,24

AGREGACIÓN	T. Evaluación			T. Eficiencia			T. Abandono		
	2016-17	2017-18	2018-19	2016-17	2017-18	2018-19	2014-15	2015-16	2016-17
M Marketing	94,13	100	90,24	96,76	97,93	100	53,33	7,14	11,76
Ciencias Sociales y Jurídicas	95,14	95,42	93,31	97,92	97,17	95,84	12,58	9,87	7,82
Universidad de Cantabria	93,78	92,94	90,64	96,82	95,45	94,62	8,16	8,54	7,66

**Indicadores provisionales hasta su consolidación por el SIIU*

Tabla 5. Resultados académicos de la Titulación por asignatura.

Ver Anexo al informe

Los indicadores académicos de la Titulación son satisfactorios en general: la tasa de éxito y la de eficiencia alcanza el 100%, en este último caso por encima del 90% previsto en la Memoria de Verificación del Título.

La tasa de abandono que se redujo de una manera muy notable en el curso 2015-16 (7,14%) ha repuntado ligeramente en el curso 2016-17, aunque muy lejos de

la elevada tasa de abandono del curso 2014-15. La Coordinación del Título continúa con actuaciones orientadas a incrementar la tasa de defensa de los TFM en los últimos años (Ver Informes del SGIC en los cursos 2015-16 y 2016-17) y que de acuerdo con estos indicadores van dando buenos resultados.

Los resultados académicos que se recogen en la Tabla 5 (anexo) también son muy satisfactorios.

5. CALIDAD DE LA DOCENCIA Y DEL PROFESORADO

Tabla 6. Evolución del perfil del profesorado de la titulación.

CATEGORÍA PROFESORADO	2016-2017	2017 – 2018	2018 – 2019*
	Nº Profesores	Nº Profesores	Nº Profesores
Catedráticos	1	1	-
Titulares y Contratados Doctores	11	13	13
Ayudantes y Profesores Ayudantes Doctores	3	1	2
Asociados	6	7	9
Otros	-	1	-
Total	21	23	24
EXPERIENCIA INVESTIGADORA (SEXENIOS)	Nº Profesores	Nº Profesores	Nº Profesores
0	13	13	16
1	3	4	4
2	5	6	4
EXPERIENCIA DOCENTE	%	%	%
Menos de 5 años	-	8,70%	4,17%
Entre 5 y 15 años	52,38%	43,48%	50%
Más de 15 años	47,62%	47,83%	45,83%

*Datos consolidados: 30/09/2019

El peso de la docencia en el título recae fundamentalmente entre profesores permanentes (Titulares y Contratados Doctores). De acuerdo con los datos proporcionados por el Servicio de Gestión Académica el 55% de las horas de docencia de la titulación son impartidas por estos colectivos.

Por otro lado, la presencia de profesores asociados se justifica por la visión práctica y cercana al mundo laboral que se proporciona a los estudiantes.

Cabe destacar asimismo la experiencia docente del profesorado pues el 50% acumula una experiencia entre 5 y 10 años y el 45,83% superior a 15 años.

Esta distribución de categorías docentes está de acuerdo con lo previsto en la Memoria de Verificación del Título.

Tabla 7.1. Evolución de la valoración de las asignaturas de la titulación

AGREGACIÓN	Asignaturas evaluadas		
	2016-17	2017-18	2018-19
M. Marketing	100%	100%	100%
Ciencias Sociales y Jurídicas	97%	91%	94%
Universidad de Cantabria	83%	79%	79%

AGREGACIÓN	Asignaturas con media X								
	Desfavorable $X \leq 2,5$			Favorable $2,5 < X \leq 3,5$			Muy favorable $3,5 < X$		
	2016-17	2017-18	2018-19	2016-17	2017-18	2018-19	2016-17	2017-18	2018-19
M. Marketing	20%	0%	5%	30%	10%	5%	50%	90%	90%
Ciencias Sociales y Jurídicas	12%	5%	3%	33%	31%	19%	54%	63%	77%
Universidad de Cantabria	11%	7%	5%	30%	22%	17%	59%	71%	78%

Tabla 7.2. Evolución de la valoración del profesorado de la titulación

AGREGACIÓN	Profesorado con media X								
	Desfavorable $X \leq 2,5$			Favorable $2,5 < X \leq 3,5$			Muy favorable $3,5 < X$		
	2016-17	2017-18	2018-19	2016-17	2017-18	2018-19	2016-17	2017-18	2018-19
M. Marketing	35%	0%	5%	20%	5%	15%	45%	95%	80%
Ciencias Sociales y Jurídicas	16%	4%	2%	25%	14%	8%	59%	82%	90%
Universidad de Cantabria	13%	7%	4%	22%	15%	11%	65%	78%	85%

Las asignaturas de la Titulación con valoración muy favorable es del 90% (Tabla 7.1) y se encuentra muy por encima a la de la rama de conocimiento y a la de la UC en su conjunto (77% y 78% respectivamente). También en el caso del profesorado (Tabla 7.2) el porcentaje con valoración muy favorable (80%) se considera muy positivo, aunque esté ligeramente por debajo de la media de las titulaciones de Ciencias Sociales y Jurídicas y de la UC.

Solamente hay una asignatura y un profesor que han recibido una valoración desfavorable (por debajo de 2,5 en encuestas). Se solicitó el correspondiente informe que ha sido enviado y está a disposición de los miembros de la Comisión en el Sharepoint.

<https://unidades.unican.es/calidad/economicas/pgeconomia/Actas%20y%20acuerdos/Forms/AllItems.aspx>

Tabla 8.1. Resultado de la encuesta de opinión de los estudiantes sobre las asignaturas.

ÍTEMS		M Marketing	Ciencias Sociales y Jurídicas	Universidad de Cantabria
Asignaturas evaluadas (%)		100%	94%	79%
Participación (%)		72,73%	58,74%	53,4%
1	Los materiales y la bibliografía recomendada son accesibles y de utilidad.	4,13	3,90	3,91
2	La distribución de horas teóricas y prácticas de la asignatura es acertada.	3,99	3,75	3,76
3	El esfuerzo necesario para aprobar es el adecuado.	4,28	3,98	3,86
4	El profesorado de esta asignatura está bien coordinado.	4,30	3,92	3,99
5	No se han producido solapamientos innecesarios con otras asignaturas.	4,15	3,99	4,08
6	El sistema de evaluación es adecuado.	4,37	3,98	3,90
7	La labor del profesorado de la asignatura es satisfactoria.	4,24	3,96	3,94
MEDIA		4,21	3,93	3,92

Tabla 8.2. Resultado de la encuesta de opinión de los estudiantes sobre la actividad docente del profesorado.

ÍTEMS		M Marketing	Ciencias Sociales y Jurídicas	Universidad de Cantabria
Unidades docentes evaluadas (%)		100%	85%	74%
1	El profesor explica con claridad.	4,13	4,14	4,08
2	El profesor evalúa adecuadamente.	4,32	4,33	4,16
3	El profesor es accesible y resuelve las dudas planteadas.	4,24	4,34	4,28
4	El profesor cumple con el horario de clase.	4,43	4,53	4,43
5	La asistencia a clase es de utilidad.	3,99	3,95	4,05
6	El profesor puede considerarse un buen docente.	4,21	4,22	4,15
MEDIA		4,22	4,25	4,19

Tabla 9. Resultado del Informe del Profesor sobre la docencia.

DIMENSIÓN DE LA DOCENCIA	Marketing	Ciencias Sociales y Jurídicas	Universidad de Cantabria
PLANIFICACIÓN	4,54	4,68	4,49
DESARROLLO	4,77	4,76	4,47
RESULTADOS	4,85	4,59	4,52
INNOVACIÓN Y MEJORA	4,31	4,58	4,33

Los resultados de la encuesta de estudiantes (Tabla 8.1) ponen de manifiesto que los alumnos se encuentran muy satisfechos con el desarrollo de la docencia: en

términos absolutos todos los ítems están muy bien valorados con resultados que superan el 4 en todos los casos y muy por encima de las valoraciones en las titulaciones de su rama y de la UC. La participación también ha sido alta: 72,73% en las encuestas relativas a las asignaturas.

El profesorado de la titulación se muestra también muy satisfecho con la docencia del título y con los resultados obtenidos, tal y como se desprende de sus informes (Tabla 9) y de los comentarios recogidos en los mismos. Se destaca la coordinación entre asignaturas y en el conjunto del Máster a través de las reuniones celebradas a tal efecto. Los docentes creen que el perfil del alumnado es adecuado y se muestran satisfechos con la elevada asistencia a clase. Se utiliza una metodología práctica y con dinámicas de grupo.

Los resultados académicos han sido muy satisfactorios.

El responsable académico de la titulación destaca de manera positiva la participación en las tareas de planificación del Centro y, en particular, en la mejora de la calidad del título. Las guías docentes se han validado en tiempo y forma y se ha cumplido con los contenidos y sistemas de evaluación establecidos en las guías docentes.

Se pone en valor la atención personalizada a los estudiantes tanto por el coordinador como por el profesorado del título.

Como aspecto negativo, en algunos periodos del curso académico y en algunas materias se produce una asistencia irregular del alumnado a las clases.

Se han celebrado a lo largo del curso académico tres reuniones de coordinación con el profesorado de la titulación y dos reuniones con la delegada y subdelegada de curso (una de las cuales se celebró de manera conjunta con el profesorado) para tratar temas relacionados con la actividad docente y propuestas de mejora. Las actas de estas reuniones están disponibles en la herramienta *sharepoint* de la Comisión de Calidad.

<https://unidades.unican.es/calidad/economicas/pgeconomia/default.aspx>

6. SATISFACCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS CON LA TITULACIÓN

Tabla 10. Evolución de la satisfacción de los principales grupos de interés.

Indicador	M Marketing			Ciencias Sociales y Jurídicas			Universidad de Cantabria		
	16-17	17-18	18-19	16-17	17-18	18-19	16-17	17-18	18-19
Participación estudiantes ¹	50%	26%	23%	36%	36%	31%	36%	41%	36%
Participación PDI ³	69%	57%		54%	63%		59%	57%	
Participación egresados ⁴	47%	54%	53%	39%	41%	48%	51%	45%	56%
Participación PAS ⁵	95%	82%		-	-	-	71%	-	-
Satisfacción global de estudiantes con el título ¹	3,22	3,60	2,67	3,07	2,77	3,07	3,33	3,43	3,41
Satisfacción de estudiantes con el profesorado ²	3,32	4,20	4,21	3,63	4,01	4,22	3,82	3,78	4,15
Satisfacción de estudiantes con recursos ¹	4,11	4,40	3,33	3,88	3,88	3,98	3,94	3,87	3,89
Satisfacción de estudiantes con el TFM ¹	2,89	3,20	2,00	3,31	3,32	3,38	3,71	3,72	3,75
Satisfacción del profesorado con el título (bienal) ³	4,33	4,43		4,07	3,90		3,99	3,96	
Satisfacción del profesorado con recursos (bienal) ³	4,33	4,40		4,23	4,11		4,04	3,99	
Satisfacción de egresados con el título ⁴	3,00	3,07	3,50	3,11	3,00	2,93	3,56	3,34	3,37
Satisfacción del PAS con la titulación (bienal) ⁵	3,93	3,90		-	-	-	3,89	4,33	

¹ Dato obtenido de encuesta de satisfacción de estudiantes.

² Dato obtenido de encuesta de opinión de estudiantes sobre profesorado. Item 6

³ Dato obtenido de encuesta de satisfacción del profesorado

⁴ Dato obtenido de encuesta de inserción laboral al año de finalización.

⁵ Dato obtenido de encuesta de satisfacción del PAS

Una fuente importante de información sobre el desarrollo del título es el análisis de la satisfacción de todos los colectivos implicados en la actividad académica de la titulación: estudiantes, profesorado, egresados y personal de administración y servicios.

La participación de los estudiantes y de los egresados de la titulación en las respectivas encuestas de satisfacción ha sido similar a la del curso anterior, siendo baja en particular la participación de los estudiantes (23%). Este colectivo refleja además un descenso importante en la valoración tanto del título en general como de los recursos y, especialmente, el TFM, si bien en este último caso se continúa trabajando en la mejora de su gestión. Se observa que los ítems referidos a la oferta de temas para el TFM (2,67), oferta de asignaturas optativas (1,00) y la orientación sobre las prácticas y empleo (2,67) son los puntos débiles del curso 2018-19. A la vista de estos datos, la Comisión va a aprobar propuestas de mejora

(ver apartado 12 de este Informe) relacionadas con la incorporación de nuevas asignaturas optativas y el contenido de las prácticas externas.

Por otro lado, tal y como se ha reflejado en las Tablas 8.1 y 8.2 los estudiantes valoran muy positivamente las asignaturas y la actividad docente del profesorado. Por su parte los egresados han mejorado su valoración sobre el título con respecto al curso anterior.

En el curso 2018-19 no se han realizado encuestas de satisfacción del profesorado y del personal de administración y servicios, ya que se realizan cada dos años. Los resultados recogidos en la Tabla 10 corresponden a los obtenidos en la encuesta del año anterior y ya reflejaron que la mayoría de los aspectos contemplados en la encuesta fueron valorados positivamente por estos colectivos.

Los resultados completos de la satisfacción de los diferentes grupos de interés se encuentran en la web del Área de Calidad de la UC: <https://web.unican.es/unidades/area-calidad/informes-sgic>

7. PRÁCTICAS EXTERNAS

Tabla 11. Opinión de los estudiantes sobre el Programa de Prácticas Externas de la titulación.

PLANIFICACIÓN		
1	Los objetivos de la práctica estaban bien definidos antes del comienzo de la misma.	4,58
2	He recibido información adecuada sobre la entidad y las tareas a desarrollar.	4,33
3	He dispuesto de información clara y suficiente sobre el procedimiento de evaluación de las prácticas.	4,50
4	La información sobre la oferta de plazas y el proceso de selección ha sido adecuada.	4,50
DESARROLLO		
5	Mi integración en la entidad externa ha sido satisfactoria.	4,50
6	La atención prestada por mi tutor externo ha sido adecuada.	4,42
7	La atención prestada por mi tutor académico ha sido apropiada.	4,64
8	Considero que mi preparación previa ha sido adecuada para el desarrollo de las tareas llevadas a cabo durante las prácticas.	4,33
9	Considero que la duración de las prácticas es apropiada.	3,83
10	El horario de las prácticas ha sido compatible con mis otras actividades académicas.	5,00
RESULTADOS		
11	Las tareas realizadas durante las prácticas fueron de provecho para mi formación académica.	4,42

12	Considero que las prácticas han resultado útiles para mi desarrollo personal (maduración, autoconfianza, capacidad de comunicación y de trabajar en equipo, etc.).	4,42
13	Considero que las prácticas son un buen método para introducir al estudiante en el mundo laboral.	4,83
14	Considero que han aumentado mis expectativas de obtener trabajo.	4,33
COMPETENCIAS Y HABILIDADES		
a	Conocimientos de tu área o disciplina	4,33
b	Adquisición de nuevos conocimientos	4,42
c	Trabajo en equipo	4,58
d	Responsabilidad y compromiso	4,75
e	Flexibilidad y capacidad de adaptación al cambio	4,67
f	Iniciativa	4,50
g	Resolución de problemas	4,75
h	Autonomía en la toma de decisiones	4,50
i	Comunicación oral y escrita	4,50
j	Orientación hacia el cliente	4,58
k	Gestión eficiente del tiempo	4,42
l	Capacidad para utilizar herramientas informáticas	4,42
m	Negociación eficaz	3,13
SATISFACCIÓN GENERAL		
15	En general, estoy satisfecho con el programa de prácticas de la titulación.	4,00
16	En general, estoy satisfecho con las tareas que he llevado a cabo y con la entidad externa.	4,50

Tabla 12. Satisfacción de los Tutores de Prácticas Externas.

Satisfacción general de los Tutores Académicos con el Programa de Prácticas Externas de la Titulación.	4,58
Satisfacción general de los Tutores de Empresa con el Programa de Prácticas Externas de la Titulación.	5,00

La asignatura de prácticas en empresas del Máster Oficial en Dirección de Marketing, asignatura obligatoria de la titulación, tiene una carga lectiva de 4 Cr. ECTS, con una equivalencia de 100 horas mínimas a desarrollar en empresas o instituciones externas.

Durante el curso 2018-19, 17 estudiantes han realizado prácticas curriculares en empresas o instituciones, mientras que 5 estudiantes han realizado prácticas extracurriculares.

Las empresas o instituciones en las que se desarrollan las prácticas externas pertenecen a diferentes sectores, siendo especialmente relevante el sector turístico, dada la especialidad en empresas turísticas con la que cuenta el Máster. El informe de seguimiento de las prácticas con el detalle de las empresas colaboradoras se encuentra disponible en el siguiente enlace: <http://web.unican.es/centros/economicas/masteres-oficiales/practicas-en-empresas-estudios-de-master>

La Comisión valora muy positivamente también el alto grado de satisfacción de los tutores académicos y de los tutores de las empresas (Tabla 12) que pone de manifiesto la integración de los alumnos en las organizaciones y su implicación en el trabajo.

8. MOVILIDAD

Durante el curso 2018-2019 ningún alumno del Máster en Marketing participó en programas de movilidad, dada la dificultad de encajar una estancia en el extranjero en un título que se imparte en un curso académico por regla general.

9. INSERCIÓN LABORAL

Tabla 13. Situación de los estudiantes egresados de la titulación en el curso académico 2017/2018. (Encuesta realizada al año de finalización de los estudios),

	Marketing	Ciencias Sociales y Jurídicas	Universidad de Cantabria
PARTICIPACIÓN			
Estudiantes egresados en el curso académico de referencia	19	200	539
Nº de Respuestas	10	96	301
Participación (%)	53%	48%	56%
PROCESO FORMATIVO			
Conocimientos y competencias y su utilidad en el mercado laboral*	6,40	5,59	6,31
Satisfacción con los estudios*	7,00	5,85	6,74
% egresados que consideran que tienen necesidades formativas que deberían haber sido cubiertas durante los estudios.	88%	52%	55%

SITUACIÓN LABORAL			
% egresados que trabajan o han trabajado desde la finalización de los estudios	50%	73%	82%
% egresados que continúan estudiando y ampliando su formación	10%	2%	2%
% egresados que están preparando oposiciones	10%	12%	7%
% egresados que no encuentra trabajo	30%	7%	6%
% egresados que realizan otras actividades distintas a las anteriores.	-	6%	3%
CALIDAD DEL EMPLEO			
% empleos relacionados con la titulación	20%	59%	72%
% egresados que encuentran su primer empleo en menos de 3 meses desde la finalización de los estudios	40%	62%	68%
% egresados a los que exigieron titulación universitaria en su empleo.	60%	84%	89%
% egresados con contrato a jornada completa.	60%	64%	80%
Satisfacción con el empleo*	7,80	7,65	7,54

*Escala de 0 a 10

La satisfacción de los egresados con la formación recibida y los resultados del aprendizaje se miden mediante los resultados obtenidos en una encuesta que se realiza transcurrido un año desde la finalización de sus estudios en la UC.

Esta encuesta en el Máster en Dirección de Marketing ha contado con una participación del 53% que la sitúa por encima de las titulaciones de su rama de conocimiento y ligeramente por debajo de la media de la UC en su conjunto UC. La encuesta refleja que el 50% de los egresados trabajan o han trabajado desde la finalización de sus estudios y se muestran satisfechos con su trabajo (7,80) incluso en mayor medida que la media UC y las titulaciones de Ciencias Sociales y Jurídicas (7,65 y 7,54 respectivamente).

Se aprecian ligeras desigualdades entre hombres y mujeres en algunos aspectos del empleo, no tanto en el tipo de jornada laboral o el salario pero sí en el tiempo en que tardaron en encontrar su primer empleo: así, frente al 100% de hombres que encontraron empleo en menos de tres meses desde la finalización del Máster, sólo el 25 % de las mujeres lo encontraron en ese mismo tiempo, el 50% entre tres y seis meses y el 25% en más de nueve meses. Por otro lado, el 50% de las mujeres declara que no trabaja porque no encuentra trabajo y el otro 50% está preparando oposiciones. Sin embargo, sólo el 33% de los hombres no encuentra trabajo y otro 33% continúa estudiando, aunque no oposiciones, sino otra titulación de Máster.

El 88% de los egresados considera que tiene necesidades formativas que deberían ser cubiertas durante sus estudios. Este porcentaje ha aumentado con respecto a la cohorte de egresados del curso anterior (71%).

Tabla 14. Situación de los estudiantes egresados de la titulación en el curso académico 2015/2016, tras TRES años desde la finalización de sus estudios.*

ÍTEMS	Marketing	Ciencias Sociales y Jurídicas	Universidad de Cantabria
PARTICIPACIÓN			
Estudiantes egresados en el curso académico de referencia	15	185	505
Nº de Respuestas	9	41	201
Participación (%)	60%	22%	40%
SITUACIÓN LABORAL			
% egresados que trabajan actualmente	78%	83%	85%
% egresados que continúan estudiando y ampliando su formación	N/C	0%	8%
% egresados que están preparando oposiciones	N/C	0%	3%
% egresados que no encuentra trabajo	N/C	8%	3%
% egresados que realizan otras actividades distintas de las anteriores	N/C	8%	1%
CALIDAD DEL EMPLEO			
% empleos relacionados con la titulación	25%	58%	64%
% egresados a los que exigieron titulación universitaria en su empleo	78%	87%	89%
% egresados con contrato a jornada completa	89%	77%	86%
% egresados que encuadran su actual puesto de trabajo como Directivo	11%	3%	3%
% egresados que encuadran su actual puesto de trabajo como Mando Intermedio	22%	19%	17%
% egresados que encuadran su actual puesto de trabajo como Técnico/Profesional cualificado	22%	43%	57%
Satisfacción con el empleo*	6,67	7,41	7,38

* escala de 0 a 10

Transcurridos tres años desde la finalización de la titulación, la Universidad se pone en contacto de nuevo con sus egresados para analizar su progreso en el mercado laboral. La participación en el caso de la titulación de Máster en Dirección

de Marketing (Empresas Turísticas) ha sido del 60%, muy por encima de la participación en las titulaciones de su rama de conocimiento y del conjunto de la UC (22% y 40% respectivamente).

El 78% de los egresados del Máster que han contestado a la encuesta manifiesta estar trabajando y, en el caso de los hombres, el 100% declara que en un solo empleo desde que finalizaron sus estudios; sin embargo, el 75% de las mujeres declara haber tenido entre dos y cuatro empleos diferentes y en un porcentaje muy elevado (86%) con alguna o ninguna relación con los estudios realizados. En el lado opuesto, el 100% de los hombres que han participado en la encuesta declara que sus trabajos han tenido bastante relación con los estudios y también la totalidad con contratos indefinidos. Es en este punto donde aparece una diferencia respecto a las modalidades contractuales que han disfrutado las mujeres, con gran heterogeneidad: 38% de contratos indefinidos, 13% temporales, 25% por obra y servicio determinado y 25% en prácticas.

La satisfacción del empleo (6,67) ha disminuido desde que se realizó la encuesta a esta misma cohorte de egresados al año de terminar sus estudios (7,40).

Los datos completos de inserción laboral de todas las titulaciones oficiales de la UC están disponibles en la página web institucional:

<https://web.unican.es/unidades/area-calidad/informes-sgic>

10. RECLAMACIONES Y SUGERENCIAS

Durante el curso 2018-2019 no se han producido entradas en el Buzón SGIC de la Facultad relativas al Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas).

11. SEGUIMIENTO DE LA TITULACIÓN

Tabla 15. Estado de los objetivos de calidad.

OBJETIVO DE CALIDAD	ACTUACIÓN/ES
Promover la Política de Calidad del Centro y difundirla entre los diferentes grupos de interés.	La Comisión de Calidad de la Titulación publica todas sus actuaciones a través de su web: los acuerdos de sus reuniones, Informes del

	<p>SGIC, Informes de seguimiento y todas las decisiones que se adopten, con total transparencia para todos los colectivos implicados en la titulación y la sociedad en general. En el curso 2018-2019 se ha reunido en tres ocasiones, pudiendo encontrarse las actas sobre los temas tratados en el siguiente enlace:</p> <p>http://web.unican.es/centros/economicas/Paginas/Acuerdos-Comisi%C3%B3n-de-Calidad-de-Posgrado.aspx</p>
<p>Asumir un compromiso de mejora continua y proponer y llevar a cabo las acciones de mejora, preventivas y correctivas, que pudieran ser necesarias, estableciendo los procedimientos de actuación debidos.</p>	<p>La Comisión de Calidad de la Titulación establece cada año un plan de mejoras para el título, siendo dicho plan objeto de seguimiento por parte de la Comisión para su cumplimiento.</p> <p>Este plan fue aprobado en reunión de la Comisión de Calidad de 14 de marzo de 2019.</p> <p>http://web.unican.es/centros/economicas/sistema-de-garantia-interno-de-calidad</p>
<p>Responder a las necesidades y expectativas relacionadas con la titulación de los estudiantes, egresados, profesorado y personal de administración y servicios.</p>	<p>En la medida de sus posibilidades y competencias, la Comisión de Calidad de la Titulación propone mejoras con respecto a la titulación así como implanta las relativas al funcionamiento del SGIC, y que redundan en beneficio de todos los colectivos implicados en el Título.</p> <p>http://web.unican.es/centros/economicas/sistema-de-garantia-interno-de-calidad</p>
<p>Implementar el SGIC aprobado por la Universidad de Cantabria en todas las titulaciones oficiales impartidas en el Centro, con el fin de garantizar un nivel de calidad que asegure su acreditación y favorezca la mejora continua del Centro y Titulaciones.</p>	<p>El SGIC se encuentra implantado en todas las titulaciones impartidas en el Centro. El Equipo de Dirección y en particular la Comisión de Calidad continúa trabajando para que todos los procedimientos del SGIC sean instrumentos de mejora continua en la calidad de la docencia de sus títulos oficiales. Cuando así se estima oportuno, las propuestas de mejora aprobadas se incorporan al Manual SGIC de la Titulación. Cuando así se estima oportuno, las propuestas de mejora aprobadas se incorporan al Manual SGIC de la Titulación.</p> <p>http://web.unican.es/centros/economicas/sistema-de-garantia-interno-de-calidad</p>
<p>Velar por que los programas formativos de las titulaciones impartidas en el Centro se hayan implantado de acuerdo a las</p>	<p>Tomando siempre como base la Memoria verificada, así como los informes de seguimiento y los informes de renovación de la acreditación, la Comisión de Calidad y el responsable de la titulación (a través de</p>

condiciones establecidas en la Memoria verificada.	reuniones de coordinación con profesorado y alumnos) realizan un seguimiento de la implantación y desarrollo del programa formativo del título. http://web.unican.es/centros/economicas/Paginas/INFORMES%20FINALES%20DEL%20M%C3%81STER%20EN%20DIRECCI%C3%93N%20DE%20MARKETING.aspx
--	--

Tabla 16. Estado de las propuestas de mejora para el curso 2018-2019

COMUNES A LOS TÍTULOS OFICIALES DE POSGRADO DE LA FACULTAD
1. PROPUESTA DE MEJORA: Estudiar la posibilidad de modificar el actual reglamento de Trabajo Fin de Máster en los apartados relativos a la defensa y evaluación de los TFM para tratar de mejorar la tasa de lectura de los mismos.
PLAZO: Curso 2018/19. Implementar en el 2019-2020
RESPONSABLE: Equipo de Dirección del Centro.
ESTADO: Realizada.
ACTUACIONES: Para mejorar la tasa de lectura de los TFM, se realizaron reuniones con los alumnos para informarles del proceso y motivarles a defender su TFM en las convocatorias del curso de su primera matrícula. Se planteó el análisis de la posibilidad de sustituir la defensa ante un tribunal por una evaluación del director del TFM. Asimismo, se aprobó eliminar el depósito de tres copias en papel de los TFM, siendo solo obligatoria la entrega del mismo en versión digital (CD). Se aprobaron también modificaciones del Reglamento de Trabajo Fin de Máster en Junta de Centro de 17 de mayo y 18 de diciembre de 2019 relativas a la inclusión de los requisitos indicados por el Comité de Ética de la investigación y al depósito de los TFM.
2. PROPUESTA DE MEJORA: Trabajar para lograr una mayor correspondencia entre los proyectos formativos definidos en las prácticas de Máster y los contenidos/competencias trabajados en el título para lograr que el programa formativo de las prácticas se adecúe al programa de Máster.
PLAZO: Curso 2018/19.
RESPONSABLE: Equipo de Dirección del Centro. Coordinador del Programa de Prácticas.
ESTADO: Realizada
ACTUACIONES: En colaboración con el Coordinador del Programa de prácticas de la Facultad se establecieron los contenidos que deberían contener los proyectos formativos de las prácticas de los Másteres para que éstas cumplieran los requisitos formativos de las mismas.

3. PROPUESTA DE MEJORA: Estudio de las alternativas de comunicación y promoción de los postgrados oficiales de la Facultad.
PLAZO: curso 2018-2019.
RESPONSABLE: Equipo de Dirección del Centro.
ESTADO: Realizada.
ACTUACIONES: Se ha realizado una campaña de marketing con la empresa PRISMA que ha permitido la captación de estudiantes para los másteres oficiales de la Facultad.
ESPECÍFICAS MÁSTER MARKETING
1. PROPUESTA DE MEJORA: Desarrollar fichas de posibles contenidos prácticos vinculados con Trabajos Fin de Máster para las diferentes materias formativas del Máster.
PLAZO: Curso académico
RESPONSABLE: Coordinador del Título
ESTADO: Realizada
ACTUACIONES: se ha elaborado una ficha para cada materia formativa del Máster destacando sus objetivos, los contenidos de prácticas en empresas que podrían desarrollarse en el contexto de esa materia, así como las líneas de Trabajo Fin de Máster ligadas a la materia. El objetivo final es fomentar unas prácticas en empresa y unos Trabajos Fin de Máster de mayor calidad.
2. PROPUESTA DE MEJORA: Agregar toda la información de interés para los estudiantes del Máster (Información sobre el plan de estudios, los TFM, las prácticas, las redes sociales del Máster...) en el portal general del Máster en Moodle.
PLAZO: curso académico
RESPONSABLE: Coordinador del Título
ESTADO: Realizada
ACTUACIONES: Se ha enriquecido la información incluida en el portal del Máster en el aula virtual de Moodle (https://moodle.unican.es/course/view.php?id=7602), agregándola en cuatro bloques de información: (1) Información académica, (2) Prácticas en empresas y empleabilidad, (3) Trabajos Fin de Máster, y (4) Internet/Redes sociales. El objetivo es mantener permanentemente informados a los estudiantes sobre las diferentes cuestiones clave que rodean al Título.

12. PLAN DE MEJORAS

Tabla 17. Plan de mejoras de la titulación para el curso académico 2019- 2020.

COMUNES A LOS TÍTULOS OFICIALES DE POSGRADO DE LA FACULTAD
1. PROPUESTA DE MEJORA: Solicitar al COIE que vinculen grados y másteres oficiales de la Facultad en la oferta de prácticas, a fin de potenciar dicha oferta en el ámbito del posgrado.

PLAZO: curso 2019-2020
DESCRIPCIÓN: Debido a que los posgrados, en numerosas ocasiones no son contemplados por las empresas como titulaciones posibles a la hora de ofertar prácticas al COIE, se propone que, en el catálogo de titulaciones de la aplicación informática del COIE, las de máster oficial se presenten vinculadas a los títulos de grado de nuestra Facultad. En particular se asociarían al Grado en Administración y Dirección de Empresas los Másteres Oficiales MBA, Marketing y ETI y al Grado en Economía el Máster en Economía: Instrumentos del Análisis Económico.
RESPONSABLE: Equipo directivo del Centro
2. PROPUESTA DE MEJORA: Impulsar una política de sinergias entre programas de Máster Oficial de tal forma que se estudie la posibilidad de compartir seminarios, charlas, jornadas con temática que pueda ser de aplicación a los diferentes programas.
PLAZO: curso 2019-2020
DESCRIPCIÓN: Se propone que exista una comunicación de las distintas actividades extraacadémicas que realice cada título de posgrado oficial a los otros títulos para que todos los alumnos puedan participar en ellas.
RESPONSABLE: Coordinadores de Títulos
MÁSTER MARKETING
1. PROPUESTA DE MEJORA: Incorporar nuevas asignaturas optativas en el título atendiendo a las necesidades formativas de los estudiantes. En particular, se propondrá una modificación de la Memoria de Verificación del Título eliminando varias asignaturas que permanecían hasta ahora "desactivadas", y añadiendo otras para enriquecer el perfil de "Empresas Turísticas" del título, si bien se mantendrá la estructura de créditos obligatorios y optativos del título.
PLAZO: Curso académico
RESPONSABLE: Coordinador del Título
2. PROPUESTA DE MEJORA: Mejorar el contenido de las prácticas en empresas definiendo en coordinación con las empresas colaboradoras, proyectos formativos en línea con los contenidos y las competencias trabajadas en las distintas materias formativas del Máster.
PLAZO: curso académico
RESPONSABLE: Coordinador del Título

ANEXO AL INFORME

Tabla 5. Resultados académicos de la Titulación por asignatura.*

*Fuente: Servicio Gestión Académica. UC