



INFORME FINAL DEL SGIC
MÁSTER UNIVERSITARIO EN
DIRECCIÓN DE MARKETING
(EMPRESAS TURÍSTICAS).

CURSO 2013/2014

Comisión de Calidad de Posgrado.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.
Universidad de Cantabria.

INDICE

1. Introducción	2
2. Miembros de la Comisión de Calidad de Posgrado	2
3. Evaluación y mejora de la Calidad de la enseñanza y el profesorado	
3.1 Encuestas de estudiantes	3
3.2 Informe del profesor	6
3.3 Informe del responsable académico	9
3.4 Resultados académicos	11
4. Estudiantes de nuevo ingreso	13
5. Prácticas Externas	13
6. Programa de Movilidad	16
7. Inserción Laboral	16
8. Satisfacción con la formación recibida	17
9. Atención a las sugerencias y reclamaciones	19
10. Seguimiento de las acciones de mejora en el curso 2013/2014	19
11. Propuestas de mejora para el curso 2014/2015	22

1. Introducción

El presente informe recoge todas las evidencias generadas por el Sistema de Garantía Interno de Calidad (SGIC) en relación a la calidad de la docencia y del profesorado del Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas) impartido en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales durante el curso 2013/2014:

La Comisión de Calidad de Posgrado, a la vista de toda esta información, realiza las propuestas de mejora oportunas para el curso 2014/2015, así como el seguimiento del estado en que se encuentran las mejoras que se propusieron para el curso 2013/2014.

2. Miembros de la Comisión de Calidad de Posgrado

Presidenta: D^a. Concepción López Fernández
Secretaria: D^a. Ana María Serrano Bedia
Vocales: D. José Luis Fernández Sánchez (Responsable del MBA)
D. Pedro Solana González (Responsable del Máster en Empresa y Tecnologías de la Información)
D. Jesús Collado Agudo (Responsable del Máster en Dirección de Marketing)
D. Daniel Díaz Fuentes (Responsable del Máster en Economía)
D. Antonio Martín Hernández (Coordinador de Prácticas)
D^a Nuria Sánchez Sánchez (Vicedecana de Programas de Intercambio y Movilidad)
D. Francisco Javier Martínez García
D. Patricio Pérez González
D. José María Sarabia Alegría
D^a Ana Fernández Laviada
D. Pedro Pablo Coto Millán
D. Sergio Sanfilippo Azofra
D^a Elena García Ruiz
D^a Belén Navalón Postigo (Técnico de Organización y Calidad)
D. Benito Díaz Medina (Alumno del Máster ETI)
D. Ivan Kovach (Alumno del Máster MBA)
D. Xose Luis Fernández (Egresado)
D^a Alexandra Soberón Vélez (Egresada)

3. Evaluación y Mejora de la Calidad de la enseñanza y el profesorado

3.1 Encuestas de estudiantes

La Comisión de Calidad de la UC aprobó el 29 de enero de 2013 un nuevo procedimiento para evaluar la actividad académica de las titulaciones de Máster oficial impartidas en la institución en el que se pretendió conjugar las encuestas sobre evaluación de la actividad docente y las de satisfacción con el programa formativo. Se pretendía así que la información obtenida fuera de calidad y suficiente para permitir trabajar a las Comisiones de Calidad en el diagnóstico de las Titulaciones.

Este nuevo procedimiento para evaluar los Títulos de Máster se implementa en formato mixto: la encuesta se realiza on-line pero presencialmente en las salas de informática de cada Centro, con la asistencia del Técnico de Organización y Calidad asignado al mismo. El procedimiento reduce considerablemente el número de formularios que deben contestar los estudiantes, estableciendo tres encuestas para realizar en tres momentos del curso académico.

Se presentan a los estudiantes tres modelos de encuesta que se realizarán en tres momentos establecidos por los responsables de las titulaciones y el Área de Calidad a lo largo del curso académico. El **modelo P3-7-1** será la encuesta que se pase en un primer momento, preferiblemente coincidiendo con la mitad del periodo de clases de la titulación. El **modelo P3-7-2** será la encuesta que se realice en segundo lugar, al finalizar el periodo de clases. El **modelo P3-7-3** será la última encuesta. **Los dos primeros modelos** contendrán, por un lado preguntas relativas a la evaluación de la actividad docente y por otro, preguntas acerca de la satisfacción con el programa formativo. **La tercera encuesta**, que se realizará una vez que el estudiante haya presentado su TFM, tiene por objeto recoger información acerca del TFM y la satisfacción general con la titulación. La información relativa a este procedimiento puede consultarse en el [Manual General de Procedimientos del SGIC](#).

En primer lugar (**Tabla 1**) se muestran los datos de participación.

Tabla 1 Participación encuestas estudiantes

TITULACIÓN	Asignaturas evaluadas	Participación P3-7-1	Participación P3-7-2	Participación P3-7-3	Participación Global
MARKETING	100%	81%	89%	37%	69%
Media UC	86%	70%	60%	38%	56%

A continuación, la **Tabla 2** muestra, por un lado los resultados de los siete ítems de las encuestas P3-7-1 y P3-7-2 que evalúan la actividad docente de las titulaciones.

Su tenor literal es el siguiente:

Item 1: Información contenida en Guías Docentes (objetivos, actividades de aprendizaje, metodología docente, evaluación, bibliografía, etc).

Item 2: Adecuación entre el número de horas presenciales y trabajo autónomo del estudiante.

Item 3: Material proporcionado para el desarrollo de las asignaturas.

Item 4: Utilidad de la asistencia a clase, prácticas, tutorías, seminarios, participación en foros, coloquios, etc.

Item 5: Atención del profesorado en todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Item 6: Conocimientos que sobre la titulación tiene el profesorado y cómo los transmite.

Item 7: Coordinación entre las asignaturas que has cursado hasta ahora.

Además, la **Tabla 2** recoge la media de la valoración individual de cada una de las asignaturas y del profesorado que los alumnos realizan en las dos encuestas ya citadas y del TFM que realizan en la P3-7-3.

La **tabla 3** muestra las valoraciones de las asignaturas siguiendo la escala establecida por el Área de Calidad de la UC. La Comisión destaca que el 95% de las asignaturas impartidas en el Máster tienen una valoración que se considera favorable ($2,5 < x \leq 3,5$) o muy favorable ($3,5 < x$).

Especial atención merece la asignaturas que ha tenido una valoración desfavorable, para lo que, tal y como se acordó como propuestas de mejora, se solicita un informe al responsable de la misma con el fin de que se detecten los posibles puntos débiles y se implementen las medidas de mejora oportunas que resuelvan las incidencias que hayan podido ocurrir en el curso académico.

Tabla 2 Valoración media

Título	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media	Media
	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	ITEM 7		profesorado	Asignatura	TFM	Media Titulación 2013/2014	Media Titulación 2012/2013
MARKETING	3,17	2,46	2,92	2,63	3,29	3,46	2,38	2,90	3,43	3,37	2,62	3,08	3,96
MEDIA UC	3,13	2,37	3,07	3,03	3,44	3,49	2,59	3,02	3,54	3,48	3,38	3,36	3,63

Tabla 3 Valoración de las asignaturas*

Asignaturas con media X		
Título	X ≤ 2,5	2,5 < x ≤ 3,5
Marketing	1 5%	12 60%
		7 35%

*De 0 a 2,5 Desfavorable

De 2,51 a 3,5 Favorable

De 3,51 a 5 Muy Favorable

(Escala de Valoración del VOA) Esta escala se utiliza para todas las encuestas relacionadas con la calidad de la docencia.

3.2 Informe del Profesor

La Universidad de Cantabria hace llegar al profesorado un informe personalizado, según el modelo P3-2-1, para la realización del informe de evaluación de la docencia, en el que figuran los datos relativos al profesor y a la asignatura.

En las titulaciones de Máster están obligados a presentar el informe todos los profesores de la UC que impartan docencia en alguna de las titulaciones de Máster oficial, con independencia del número de horas lectivas que impartan.

En la **tabla 4** se muestra por un lado la participación de los profesores en la elaboración del informe y por otro los resultados cuantitativos de la valoración personal que los profesores hacen de las cuatro dimensiones fundamentales de la actividad docente definidas por la ANECA (planificación, desarrollo, resultados e innovación y mejora) y su comparativa con la media UC. De los resultados se desprende la satisfacción general del colectivo con el desarrollo de la docencia.

La Comisión de Calidad de Posgrado destaca la valoración positiva que el profesorado realiza de su docencia, estando en todas las dimensiones por encima de la media del conjunto de las titulaciones de posgrado de la Universidad de Cantabria.

En el Informe del profesor también se da la oportunidad para que éstos realicen los comentarios que consideren oportunos de cada dimensión, para lo que el Área de Calidad les indica una serie de aspectos orientativos para tener en cuenta. Este informe recoge también estos comentarios como fuente de información fundamental para la Comisión de Calidad e incorpora las mejoras que los docentes estiman oportunas para el curso académico siguiente y que se recogen en el apartado correspondiente de este Informe ([10. Propuestas de mejora para el curso 2014/2015](#))

Tabla 5 Resultados Informes PDI y participación

				Planificación de la Docencia	Desarrollo de la Docencia	Resultados	Innovación y Mejora
PLAN	Nº unidades docentes	Informes recibidos	Unidades evaluadas	Media	Media	Media	Media
MARKETING	29	20	69%	4,45	4,30	4,50	4,20
MEDIA UC	1214	911	75%	4,33	4,28	4,34	4,17

Comentarios de los profesores

Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)

PLANIFICACIÓN

Aspectos positivos:

- + Las asignaturas están correctamente ubicadas en la Titulación. En las reuniones habituales con el profesorado bajo la coordinación del Máster, se tratan los criterios de la docencia y se trata de enfocar el trabajo con una idea de formación común.

Aspectos negativos:

- ✓ Sin comentarios

DESARROLLO

Aspectos positivos:

- + Elevada asistencia a clase.
- + El aula y los medios de apoyo a la docencia crean un clima favorable en la relación alumno-profesor que mejora la eficacia en la docencia.

Aspectos negativos:

- Escaso uso de la tutoría.

RESULTADOS

Aspectos positivos:

- + Buenos resultados académicos.

Aspectos negativos:

- Ha sido difícil valorar algunas competencias (trabajos en grupo)

INNOVACIÓN Y MEJORA

Aspectos positivos:

- + Disponibilidad de material básico y complementario en la plataforma Moodle.
- + Adecuada combinación de la docencia "clásica" basada en clases magistrales con la decidida colaboración y participación activa del alumnado en debates y presentaciones.

Aspectos negativos:

- ✓ Sin comentarios

3.3. Informe del Responsable Académico

El informe de responsable académico sobre el desarrollo de la docencia de las asignaturas que forman la titulación que coordina se considera fundamental para el diagnóstico de la situación y la evaluación de la calidad de la formación que se imparte en el título. Para cada una de las dimensiones y apartados, el responsable académico debe realizar una valoración cualitativa desde la perspectiva de la gestión académica de título.

PLANIFICACIÓN

Aspectos positivos:

- + En general, se han cumplido lo establecido en la guía docente en las diferentes asignaturas. Al respecto, no han existido entradas en el buzón del SGIC comentando lo contrario.
- + Igualmente, en las reuniones de coordinación se han puesto en común metodologías y contenidos

Aspectos negativos:

Nada que comentar

DESARROLLO

Aspectos positivos:

- + El programa docente se ha cumplido según lo establecido en la planificación efectuada al principio del curso.
- + Apenas se han producido cambios en el horario del curso, únicamente en circunstancias extraordinarias.

Aspectos negativos:

- En determinadas asignaturas y sesiones, se ha producido una escasa asistencia de estudiantes.

RESULTADOS

Aspectos positivos:

- + No se han producido incidencias con las actas que hayan impedido la presentación del trabajo fin de máster.
- + Los resultados académicos han sido satisfactorios.

Aspectos negativos:

A expensas de la defensa de los TFM a finales de octubre, se prevé que varios estudiantes no podrán terminar el máster en este curso académico.

INNOVACIÓN Y MEJORA

Aspectos positivos:

- + Se han cumplido las recomendaciones de la comisión de la calidad, relativas a la utilización de las plataformas virtuales.

Aspectos negativos:

Nada que comentar

3.4 Resultados Académicos

Tabla 5
Resultados académicos de la titulación

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS. Max. Alumnos: 25

Asignatura	Aprobados %	Suspensos %	N.P %
M224 Análisis y Planificación de Medios Publicitarios	100	-	-
M237 Construcción de Cuestionarios y Análisis de Encuestas	100	-	-
M229 Decisiones sobre precios	100	-	-
M228 Dirección de canales de distribución y nuevas tecnologías	100	-	-
M231 Dirección de equipos comerciales	100	-	-
M225 Dirección de marketing de servicios	100	-	-
M222 Estrategias de Dirección Publicitaria	100	-	-
M218 Gestión de productos y marcas	100	-	-
M219 Gestión de relaciones con clientes	100	-	-
M226 Gestión de la calidad percibida	100	-	-
M223 Las relaciones públicas en la Empresa	100	-	-
M220 Marketing Estratégico	100	-	-
M238 Métodos cualitativos de investigación	100	-	-
M239 Métodos cuantitativos de investigación	100	-	-
M232 Técnicas de negociación y venta	100	-	-

ASIGNATURAS ORIENTACIÓN PROFESIONAL

Max. Alumnos: 25

Asignatura	Aprobados %	Suspensos %	N.P %
M235 Comportamiento del Consumidor Turístico	100	-	-
M221 Estrategia Corporativa	100	-	-
M236 Estrategias de Marketing Turístico	100	-	-
M227 Estrategias de Marketing en Entornos Internacionales	100	-	-
M515 Marketing Promocional	100	-	-
M233 Marketing Social y no lucrativo	100	-	-
M230 Merchandising y Gestión del Punto de Venta	100	-	-
M594 Nuevos modelos de dirección de personas	100	-	-
M234 Planificación de marketing de los destinos turísticos	100	-	-
M595 Sistemas integrados de gestión: medio ambiente y prevención	100	-	-

PRÁCTICAS

Asignatura	Aprobados %	Suspensos %	N.P %
M397 Prácticas en Empresas	100	-	-

TRABAJO FIN DE MÁSTER

Asignatura	Aprobados %	Suspensos %	N.P %
M240 Trabajo Fin de Máster	59,26	-	40,74

Para valorar los resultados directamente relacionados con la actividad académica se proponen una serie de indicadores de rendimiento sobre los que realizar el análisis:

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 o expectativa: relación porcentual entre el número de créditos presentados a examen y el número de créditos matriculados.

Tabla 6**Evolución de los indicadores de rendimiento de la Titulación.***

Marketing	T. RENDIMIENTO	T. ÉXITO	T. EVALUACIÓN
2010/2011	94,68%	100%	94,68%
2011/2012	93,72%	100%	93,72%
2012/2013	94,08%	100%	94,08%
2013/2014**			

*Datos obtenidos del SIIU

**Pendiente datos

La Comisión considera que los valores son adecuados y que se han ido incrementando año tras año lo por lo que el objetivo que debe marcarse el Título es continuar en esta línea.

4. Estudiantes de nuevo ingreso

La Memoria de Verificación del Título prevé 30 plazas de alumnos de nuevo ingreso. En la siguiente tabla (Tabla 7) se muestra la evolución en los últimos cuatro años:

Tabla 7**Nº alumnos de nuevo ingreso**

Marketing	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014
	28	23	14	26

La Comisión destaca que la demanda del título es adecuada a la previsión de estudiantes en la Memoria de Verificación (30 alumnos) de acuerdo con los recursos físicos y humanos con los que cuenta la titulación y que permiten que se atienda a los alumnos correctamente. En el año 2012/213 se produjo puntualmente un descenso en el número de matriculados que se corrige en el curso siguiente. El aumento de tasas académicas que se produce en ese año influyó probablemente en esta disminución.

5. Prácticas Externas

Las prácticas en empresas en el Máster de Marketing se articulan como una asignatura **obligatoria** en el Plan de Estudios.

El reconocimiento de los créditos (4 créditos) de esta asignatura podrá obtenerse a través de dos vías:

- 1. Realizar, durante el curso académico, prácticas en empresas o instituciones** con la carga mínima (en horas) establecidas en el Plan de Estudios. Antes de comenzar las prácticas, los estudiantes han de solicitar en la Secretaría de la Facultad toda la documentación necesaria para su reconocimiento académico.

- 2. Solicitar el reconocimiento de su experiencia laboral**, para lo cual ésta ha de tener relación con los contenidos del Máster y ha de ser al menos, de seis meses de duración, debiéndose justificar mediante informe de vida laboral expedido por la Seguridad Social u organismo similar en el extranjero.

La UC realizará entre todos los estudiantes que hayan participado en los programas de prácticas externas una encuesta sobre la calidad del Programa según el modelo P4-1-1 del Manual General de Procedimientos del SGIC.

La Comisión de Posgrado de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales adoptó en sesión de 24 de mayo de 2013 este modelo de encuesta propuesto por el Área de Calidad a las competencias que deben ser adquiridas por sus estudiantes.

Tabla 8: Prácticas en empresas e instituciones

Curso 2013-2014	
Nº de estudiantes	25
Nota media	8,81 (sobre 10)
Nº Tutores académicos	11
Nº Empresas colaboradoras	19

Tabla 9: Reconocimiento de créditos por experiencia laboral

Curso 2013-2014	
Nº de estudiantes	1
Nota media	8 (sobre 10)
Nº tutores académicos	1

Tabla 10: Participación de estudiantes en encuestas de satisfacción Prácticas Externas

Titulación	Estudiantes matriculados	Encuestas recogidas	Participación
Marketing	25	17	68%

Tabla 11 Resultado encuesta de satisfacción Prácticas Externas

PLANIFICACIÓN		
1	Los objetivos de la práctica estaban bien definidos antes del comienzo de la misma.	3,88
2	He recibido información adecuada sobre la entidad y las tareas a desarrollar.	4,06
3	He dispuesto de información clara y suficiente sobre el procedimiento de evaluación de las prácticas.	3,71
4	La información sobre la oferta de plazas y el proceso de selección ha sido adecuada.	4,18
DESARROLLO		
5	Mi integración en la entidad externa ha sido satisfactoria.	4,47
6	La atención prestada por mi tutor externo ha sido adecuada.	4,06
7	La atención prestada por mi tutor académico ha sido apropiada.	4,18
8	Considero que mi preparación previa ha sido adecuada para el desarrollo de las tareas llevadas a cabo durante las prácticas.	3,82
9	Considero que la duración de las prácticas es apropiada.	4,00
10	El horario de las prácticas ha sido compatible con mis otras actividades académicas.	4,29
RESULTADOS		
11	Las tareas realizadas durante las prácticas fueron de provecho para mi formación académica.	4,53
12	Considero que las prácticas han resultado útiles para mi desarrollo personal (maduración, autoconfianza, capacidad de comunicación y de trabajar en equipo, etc.).	4,53
13	Considero que las prácticas son un buen método para introducir al estudiante en el mundo laboral.	4,59
14	Considero que han aumentado mis expectativas de obtener trabajo.	3,65
COMPETENCIAS Y HABILIDADES		
a	Conocimiento de tu área o disciplina.	3,65
b	Adquisición de nuevos conocimientos.	3,94
c	Trabajo en equipo.	3,76
d	Responsabilidad y compromiso.	4,41
e	Flexibilidad y capacidad de adaptación al cambio.	4,24
f	Iniciativa.	4,00
g	Resolución de problemas	3,88
h	Autonomía en la toma de decisiones.	3,76
i	Comunicación oral y/o escrita.	3,94
j	Comunicación oral y/o escrita en idiomas extranjeros.	2,00
k	Orientación hacia el cliente.	3,88
l	Gestión eficiente del tiempo.	3,82
m	Capacidad para utilizar herramientas informáticas.	3,94
n	Negociación eficaz.	3,76
SATISFACCIÓN GENERAL		
15	En general, estoy satisfecho con el programa de prácticas de la titulación.	4,35
16	En general, estoy satisfecho con las tareas que he llevado a cabo y con la entidad externa.	4,06

La Comisión destaca la buena valoración que los alumnos realizan de las prácticas externas realizadas y particularmente su apoyo para lograr las competencias y habilidades asociadas al Título, con la única excepción de la *comunicación oral y/o escrita en idiomas extranjeros*, quizá por la complejidad de encontrar empresas con vinculación internacional.

6. Programa de Movilidad

La información, evaluación y mejora de la calidad del Programa de Movilidad dentro del programa formativo de los títulos se recoge en el capítulo 4 del Manual General del SGIC y en él se definen los procedimientos y acciones encaminadas a lograr la mejora de las mismas.

Durante el curso 2013/2014 ningún alumno del Máster de Marketing ha participado en ningún Programa de Movilidad, con lo que este apartado no se desarrolla.

7. Inserción Laboral

El RD 1393/2007 (modificado por RD 961/2010) establece en el punto 9.4 entre las condiciones que debe cumplir el Sistema de Garantía Interno de Calidad el disponer de "procedimientos para el análisis de la inserción laboral de los graduados y de la satisfacción con la formación recibida".

Más concretamente, tal como describe ANECA, se debe de disponer de medios para recoger información, analizarla y utilizar los resultados del análisis para la mejora de los nuevos planes de estudio.

La información obtenida debe analizarse y traducirse en acciones que mejoren los planes de estudio, desde el diseño de objetivos adecuados a la formación demandada por la sociedad y por la evolución de las necesidades de las nuevas formas de trabajo y desempeño profesional, hasta la selección de materias y metodologías educativas para la consecución de esos objetivos.

Esta información junto con los resultados del análisis y las propuestas de mejora, se deberán hacer públicas como evidencia de los resultados obtenidos y la calidad de la oferta formativa de las titulaciones de la Universidad de Cantabria

Sensible ante esta realidad, La Facultad de CC.EE. y Empresariales realizó un [Estudio de Egresados de sus Títulos oficiales de Posgrado](#) desde el curso 2007/2008 con el objetivo de conocer su situación laboral actual, su evolución y la distribución por sectores de actividad.

La muestra recogió una buena valoración general de los Másteres Oficiales de la Facultad de CC.EE y Empresariales y, en particular, del Máster en Marketing y demuestra que los estudiantes con formación de posgrado (frente a los que no la tienen) mejoran su estabilidad laboral (50,9% de contratos indefinidos frente al 23,6%), mejoran su remuneración (64,7% con remuneración superior a 1.000 euros frente al 47,8%) y mejoran su satisfacción con el puesto de trabajo (7,4 de valoración de satisfacción global frente al 7,1).

Del mismo modo, la Facultad ha preparado un impreso de recogida de datos para facilitar la localización de los alumnos cuando hayan abandonado el Centro y, una vez recibido el visto bueno del Comité de Seguridad de Datos Personales de la Universidad de Cantabria, se están entregando a nuestros egresados con la finalidad ya indicada.

8. Satisfacción con la formación recibida

Los resultados de la encuesta de satisfacción (Tabla 12) recogen diversos aspectos de interés para comprobar la marcha de las Titulaciones.

En los apartados de **aspectos no académicos** se analizan: la satisfacción del alumno en relación a la atención recibida por parte de los servicios administrativos del Centro y los de la UC. Igualmente se valoran los servicios generales de la UC (COIE, Biblioteca, CUIC...), que acompañan al alumno durante toda su estancia académica, las instalaciones y las infraestructuras.

En el **aspecto académico**, se valora la satisfacción con tres aspectos fundamentales de la organización docente (secuenciación de asignaturas del Plan de Estudios, oferta de asignaturas optativas, oferta de asignaturas optativas, adecuación de la duración de las clases y sistemas de evaluación) y con la labor realizada por el conjunto de docentes de la Titulación.

Merece especial atención los apartados relativos al *Trabajo Fin de Máster* y *Satisfacción General*, aspectos ambos que, como ya se ha señalado, son valorados por los alumnos una vez concluida la Titulación.

Tabla 12 Resultados encuesta de satisfacción con la titulación

		Marketing	UC
Atención recibida	1. Información sobre la titulación, previa a la matrícula, proporcionada por la Universidad y el Centro (página web, trípticos, charlas informativas, etc)	3,41	3,09
	2. Satisfacción con la tramitación de la matrícula y la gestión del expediente.	3,50	3,63
	3. Actividades de acogida e informativas.	2,59	2,87
	4. Información disponible en la página web del Centro sobre la Titulación.	2,96	3,16
	5. Atención prestada por el Personal de Administración y Servicios.	2,38	3,38
	6. Orientación, información y asesoramiento sobre movilidad, becas, prácticas, empleo, etc.	1,88	2,34
	7. Procedimiento para realizar quejas y sugerencias.	2,09	2,55
Servicios generales	8a. COIE (Centro de Orientación e Información de Empleo)	3,05	2,62
	8b. Biblioteca	3,21	4,04
	8c. Servicio de Deportes	2,82	2,99
	8d. CIUC (Centro de Idiomas de la Universidad de Cantabria)	3,22	2,93
	8e. Defensor Universitario	3,28	2,32
	8f. SOUCAN (Servicio de Orientación Universitario)	2,33	2,65
Organización docente	9. Distribución y secuenciación del conjunto de asignaturas del Plan de Estudios.	2,67	2,67
	10. Oferta de asignaturas optativas.	1,21	2,20
	11. Adecuación de la duración de las clases.	2,38	2,80
	12. Sistemas de evaluación utilizados en la Titulación.	2,88	3,12
Profesorado	13. Adecuación de los complementos formativos para facilitar el nivel de inicio requerido, en caso de haberlos cursado.	3,06	2,79
	14. Labor realizada por el conjunto de docentes de la Titulación.	3,21	3,45
Instalaciones e infraestructuras	15. Metodología docente y actividades formativas llevadas a cabo en la titulación.	2,92	3,11
	16. Condiciones físicas de las aulas de teoría (mobiliario, acústica, luminosidad, ventilación, calefacción, etc.).	3,48	3,35
	17. Condiciones físicas de los laboratorios y aulas prácticas (equipamiento, acústica, luminosidad, ventilación, calefacción, etc.).	3,42	3,46
	18. Aulas de informática y su equipamiento.	3,61	3,69
	19. Recursos web de la titulación (plataformas virtuales, campus virtual, etc.).	3,70	3,67
	20. Biblioteca (acondicionamiento, espacios, adecuación horaria).	3,29	3,84
	21. Fondos bibliográficos y bases de datos.	3,11	3,90
Trabajo Fin de Master	22. Instalaciones en general.	3,68	3,76
	23. Oferta de temas para el TFM.	2,22	3,28
	24. Proceso de asignación de Tutor/a.	2,67	3,27
	25. Información recibida para el desarrollo del TFM (normativa, plazos, criterios de evaluación, etc).	2,20	2,96
	26. Satisfacción con la labor del Tutor/a (accesibilidad, dedicación, calidad de la tutorización, etc.)	3,40	3,88
Satisfacción General	27. Satisfacción general con el Trabajo Fin de Master.	2,60	3,56
	28. Resultados del aprendizaje.	3,60	3,74
	29. Cumplimiento de las expectativas iniciales.	2,70	3,37
Media Total	30. Satisfacción general con la Titulación.	3,20	3,37
		2,92	3,19

9. Atención a las sugerencias y reclamaciones

El Buzón SGIC implementa un sistema de comunicación con los usuarios del sistema de calidad, facilitando la comunicación con los solicitantes, la gestión de las peticiones y su análisis posterior.

Para su correcto funcionamiento existe una figura de gestor y otra de supervisor en cada Centro que en la Facultad de CC.EE. y Empresariales se ha concretado en la Técnico de Organización y Calidad y en el Decano respectivamente.

Las funciones de estos perfiles son:

Gestor Buzón SGIC: es la persona responsable de responder a las solicitudes. Recibe avisos cuando entra una nueva solicitud y es la responsable de gestionarla. Además, puede visualizar el estado de las peticiones de su Centro.

Supervisor Buzón SGIC: es la persona que puede visualizar el estado de las solicitudes de su Centro pero no interactúan con ellas.

Durante el curso 2013/2014 no se he registrado ninguna entrada referida al Máster en Dirección de Marketing.

10. Seguimiento de las acciones de mejora en el curso 2013/2014

Mejoras de carácter general para los tres programas de Máster Oficial de la Facultad.

1. Solicitar un informe a los profesores responsables de las asignaturas que hayan obtenido una valoración inferior a 2,5 en las encuestas de los estudiantes, indicando todo aquello que estimen relevante durante el desarrollo de su docencia, así como las actuaciones de mejora que tengan previsto realizar en el curso académico 2013/14

Estado: Ejecutado

Mecanismo: En Junta de Centro de 24 de febrero de 2014 se acordó aprobar este procedimiento que se ha ejecutado en este curso académico.

2. Mantener en el curso académico 2013/14 las propuestas de mejora conjunta del informe 2012/13 que tienen carácter continuo y requieren un seguimiento anual (identificadas como propuestas 3 y 6 en el apartado de seguimiento).

Propuesta 3: 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.

Estado: Ejecutado

Mecanismo: En el curso 2013/2014 se ha iniciado un proceso de coordinación entre los responsables de los tres Másteres Oficiales cuya responsabilidad recae en la Facultad sin que haya quedado constancia de actas de las mismas, además la conferencia inaugural a cargo de D. Guillermo Becedoniz Mazarrasa, Socio Director de BYG Marketing Consulting fue dirigida para los tres títulos.

Propuesta 6: Impulsar un estudio de egresados de las Titulaciones

Estado: Ejecutado

Mecanismo: Se desarrolló una experiencia piloto en la UC que dio lugar al primer [Estudio de egresados de los estudios oficiales de Máster de la Facultad de CC.EE. y EE.](#)

3. Establecer con carácter obligatorio la realización de tres reuniones de coordinación entre el responsable de cada programa y el profesorado adscrito al mismo, preferentemente al inicio, intermedio y final de cada curso académico. Los puntos tratados y acuerdos adoptados quedarán recogidos en la correspondiente acta de la reunión. En las reuniones se tratarán específicamente los aspectos que hayan recibido una valoración más baja en las encuestas de opinión de los estudiantes sobre la actividad docente y satisfacción con el programa formativo. En todo caso se analizará la necesidad de revisión/actualización de contenidos en las asignaturas así como la potenciación del componente práctico de las mismas y puesta en práctica de mecanismos que favorezcan la asistencia y participación del alumnado en las clases.

Estado: Ejecutado

Mecanismo: En Junta de Centro de 24 de febrero de 2014 se aprobó realizar de manera permanente estas reuniones y ya en el curso 2013/2014 se han realizado (se adjuntan actas).

4. Elaboración del mapa de cargas de trabajo de cada titulación, para detectar y prevenir posibles desequilibrios tanto dentro de cada asignatura individual como entre asignaturas en momentos concretos del desarrollo del programa.

Estado: En proceso.

Mecanismo: Se abordó su aplicación en las reuniones de coordinación, si bien en la misma se consideró más adecuado reajustar el calendario docente para, indirectamente, reajustar las cargas de trabajo.

5. Diseñar un procedimiento piloto para la asignación y gestión de los TFM vinculados a los programas de Máster Oficial impartidos en la Facultad de Económicas y Empresariales.

Estado: En proceso

Mecanismo: En el curso 2013/2014 se han desarrollado por primera vez guías docentes para los TFM de los tres másteres responsabilidad de la Facultad. Asimismo la comisión de posgrado está trabajando en la mejora del actual reglamento de TFM.

6. De cara a la elaboración del plan docente de cada título para el curso académico 2014/15 establecer las siguientes recomendaciones:

- a) Que el número de profesores de universidad con docencia efectiva en una asignatura de Máster Oficial no exceda de 2, pudiendo ampliarse este número en caso de incorporar a profesionales externos en la docencia.
- b) Convocatoria de una reunión con los responsables de las asignaturas para la fijación de los horarios de las asignaturas de cada uno de los programas.
- c) Establecer, como criterio general para la fijación de las fechas de examen en los programas con docencia presencial, que las mismas se establezcan como mínimo 2 semanas después de la fecha de la última sesión presencial en la asignatura.
- d) Revisar la secuenciación de las diferentes asignaturas del programa. En los programas con asignaturas pertenecientes a diversas áreas de conocimiento se evitará la excesiva concentración de asignaturas pertenecientes a una misma área en un mismo periodo temporal. Por lo que se refiere a la secuenciación dentro de cada asignatura, con carácter general se impedirá la impartición de dos sesiones de la misma asignatura el mismo día.
- e) Recomendar al profesorado de los programas el establecimiento de horarios de tutoría específicos durante el periodo comprendido entre el inicio de la docencia presencial de cada asignatura y su evaluación ordinaria.

Estado: Ejecutado

Mecanismo: En Junta de Centro de 24 de febrero de 2014 se acordó de manera permanente para los planes de estudios de todos los cursos académicos.

Propuestas de mejora específicas para el Máster en Dirección de Marketing

1. Mantener en el curso académico 2013/14 las propuestas de mejora específicas del Informe 2012/13 identificada como *propuesta 3* del Máster en Marketing en el apartado de seguimiento que tienen carácter continuo y requieren un seguimiento anual.

Propuesta 3: revisión de los contenidos formativos del programa de Máster para adecuarlos a las nuevas tendencias y necesidades de los alumnos.

Estado: En proceso

Mecanismo: Se han implementado las cuestiones anteriores en la elaboración del plan docente del curso 2014/15.

Propuestas de mejora referidas a procedimientos del SGIC

1. Continuar dando a conocer entre el alumnado y el profesorado el Buzón SGIC como instrumento para plasmar las quejas, reclamaciones o incidencias que se detecten en la docencia. Del mismo modo se puede utilizar para destacar sus aspectos positivos.

Estado: Se realiza cada curso académico.

Mecanismos: La Técnico de Calidad asignada al Centro, de acuerdo con el coordinador del Máster, acudió a las aulas durante el mes de febrero para explicar a los alumnos el funcionamiento del Buzón y la utilidad para recoger información sobre el desarrollo del Título.

2. Dentro del marco que establece el procedimiento actualmente vigente del SGIC continuar reforzando la calidad de la información contenida en los informes de los responsables académicos, incorporando en los mismos todas las evidencias que permitan justificar su contenido.

Estado: Ejecutado para el informe del curso 2013/2014

Mecanismo: El informe del responsable académico recoge con detalle aspectos positivos, negativos y propuestas de mejora en relación con la calidad de la docencia del título.

11. Propuestas de mejora para el curso 2014/2015

La Comisión de Calidad de Posgrado, tras analizar todos los datos y evidencias recogidas por los diversos procedimientos del SGIC realiza las siguientes propuestas de mejora de la calidad de la docencia para el curso 2014/2015, para ello se toman en cuenta las realizadas por los profesores y el coordinador en sus respectivos informes, así como especialmente en las encuestas de estudiantes:

Propuestas comunes a los Títulos de Posgrado Oficial de la Facultad

1. Se propone una nueva redacción de la Propuesta de Mejora aprobada en Junta de Centro el 24 de febrero de 2014 con el número 1 que quede redactada de la siguiente manera: "Solicitar un informe a los profesores responsables de las asignaturas que hayan obtenido una valoración inferior a 2,5 en las encuestas de estudiantes en cualquiera de los ítems profesor o asignatura. En esos informes indicarán todo aquello que estimen relevante durante el desarrollo de la docencia así como actuaciones de mejora que tengan previsto realizar en el curso siguiente".
2. Mantener la política de sinergias entre programas de posgrado mediante la celebración de, al menos, tres reuniones durante el curso académico entre los coordinadores de los títulos y que se documente de manera formal.
3. Elaborar un mapa de cargas de trabajo, una vez reajustado el calendario docente.
4. Continuar con la mejora de los procesos de asignación y gestión de los Trabajos Fin de Máster culminando con la reforma y aprobación de un nuevo Reglamento.
5. Solicitar a los responsables académicos a la hora de cumplimentar su Informe para el Sistema de Garantía Interno de Calidad, hagan mención a las fuentes de información que utilicen (reuniones con delegados, reuniones de coordinación, etc).
6. Revisión de los planes de estudio una vez pasada la renovación de su acreditación.
7. Realizar unas jornadas de acogida a los nuevos estudiantes en las que se les expliquen todos los aspectos relacionados con la actividad académica y de manera particular el funcionamiento del Sistema de Garantía Interno de Calidad y el programa de prácticas externas.

Propuestas específicas para el Máster en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)

1. Potenciar las actividades de evaluación dentro del aula para fomentar la asistencia a clase remarcando su realización al profesorado en las reuniones de coordinación del título.
2. Elaboración de un portal propio del Máster de manera similar al desarrollado en el Máster de Empresa y Tecnologías de la Información, que se imparte igualmente en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, tras la experiencia positiva del proyecto piloto llevado a cabo en la citada titulación.
3. Establecer un mecanismo de seguimiento de la situación laboral de los egresados del curso anterior, con contacto telefónico y seguimiento a través de redes sociales (si fuera posible).