

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL  **ESIC**

INFORME ANUAL DE TITULACIÓN
Máster Universitario en Marketing y Gestión
Digital por la Universidad Miguel Hernández
[MMGD]
CURSOS ACADÉMICO 2016-17 y 2017-18
COMISIÓN DE TITULACIÓN 2017-18
CAMPUS ESIC VALENCIA

Fecha de Aprobación: Octubre 2018

0. ÍNDICE

1.	OBJETIVO DEL INFORME	3
2.	PARA LA SOCIEDAD Y EL FUTURO ESTUDIANTE	4
2.1.	INFORMACIÓN PREVIA A LA MATRÍCULA	4
2.2.	REQUISITOS PREVIOS PARA EL ESTUDIANTE	4
2.3.	CARACTERÍSTICAS DEL PLAN DE ESTUDIOS	5
2.4.	JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO	5
2.5.	NORMATIVA DE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS	5
2.6.	ATRIBUCIONES PROFESIONALES DEL TÍTULO	5
2.7.	COMPETENCIAS QUE CARACTERIZAN EL TÍTULO	6
2.8.	PERFIL DE ENTRADA Y SALIDA	6
2.9.	DATOS DE MATRÍCULA	7
3.	PARA EL ESTUDIANTE	7
3.1.	GUÍAS DOCENTES	7
3.2.	PLANIFICACIÓN TEMPORAL DEL DESPLIEGUE DEL PLAN DE ESTUDIOS	8
3.3.	PROGRAMAS DE MOVILIDAD	12
3.4.	ORIENTACIÓN PROFESIONAL DE LA TITULACIÓN	12
3.5.	PRÁCTICAS PROFESIONALES	13
3.6.	INSERCIÓN LABORAL DE LOS EGRESADOS	14
3.7.	OTROS	16
4.	PROFESORADO	18
4.1.	CATEGORÍA ACADÉMICA DEL PROFESORADO	18
4.2.	ACTIVIDAD INVESTIGADORA	18
4.3.	CALIDAD DEL PROFESORADO	19
4.4.	PROGRAMAS DE MOVILIDAD DEL PROFESORADO	22
5.	OTROS RECURSOS	22
5.1.	RECURSOS FÍSICOS	22
5.2.	OTROS RECURSOS HUMANOS (PAS)	23
	En los cursos académicos del presente informe ningún miembro del PAS se benefició de acuerdos de Formación con universidades extranjeras.	24
6.	MEMORIA DE ACTIVIDADES	25
7.	GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD EN LA TITULACIÓN	26
7.1.	PROCEDIMIENTOS / MAPA DE PROCESOS	26
7.2.	POLÍTICAS	26
7.3.	COMISIÓN DE LA TITULACIÓN	28
7.4.	COMITÉ ACADÉMICO DE POSTGRADO	29
7.5.	REUNIONES OTROS EQUIPOS	29
7.6.	EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE	30
7.7.	GESTIÓN DE SUGERENCIAS Y RECLAMACIONES	36
7.8.	GESTIÓN DE SATISFACCIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS	38
8.	GRADO DE IMPLANTACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA	49
8.1.	RESULTADOS DE AUDITORÍA INTERNA	49
9.	PROPUESTAS DE MEJORA PARA CURSO SIGUIENTE	50
9.1.	MEJORAS IMPLANTADAS DURANTE EL CURSO ACADÉMICO 2017-18	50
9.2.	MEJORAS IMPLANTADAS EN CURSOS ANTERIORES	53
9.3.	PROPUESTAS DE MEJORA PARA EL CURSO ACADÉMICO 2018-19	55
10.	CUADRO DE INDICADORES	56

1. OBJETIVO DEL INFORME

El objetivo del presente Informe es reflejar el seguimiento adecuado de la Titulación de Postgrado de ESIC, realizado por la Comisión Académica de Titulación, regida según se detalla en la [Política de Comisión de Titulación de ESIC \(Área Grado y Postgrado\)](#) en el Sistema de Calidad de ESIC.

El Informe, entre otros datos de interés, aporta la Memoria de Titulación, y sus valoraciones y propuestas de mejora. Además, el Informe aporta toda la información relativa a la Titulación y a los Servicios No Académicos que deben apoyar a los Estudiantes que cursan la Titulación. El Informe tiene un carácter anual, y deberá generarse entre los meses de Julio y Septiembre, ambos inclusive, para su revisión por la Dirección del Área en el mes de Octubre.

En base a este Informe, el Director del Área propondrá los Objetivos académicos para la Titulación en el siguiente curso académico, y sobre los cuáles la Comisión de Titulación hará seguimiento y velará por el cumplimiento de los mismos, implicando a la Dirección académica y/o de Servicios que aplique.

El Responsable en ESIC de gestionar y comunicar este informe al Director del Área es el Director de la Comisión de Titulación que corresponda.

Este informe es parte de las evidencias de la gestión académica llevada a cabo en el Área Académica, declarado en el Sistema de Calidad de ESIC, bajo el modelo de SGIC definido por la Acreditación AUDIT, otorgada por ANECA (Ver Criterios y Directrices para la Garantía de Calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior: <http://www.aneca.es/Programas/AUDIT/Fase-de-certificacion-de-la-implantacion-de-los-SGIC>)

2. PARA LA SOCIEDAD Y EL FUTURO ESTUDIANTE

2.1. INFORMACIÓN PREVIA A LA MATRÍCULA

Los requisitos de acceso al título propuesto, según el Artículo 16 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real decreto 861/2010, de 2 de julio, son:

- Para acceder a las enseñanzas oficiales de Master será necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otro expedido por una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior que faculte en el mismo para el acceso a enseñanzas de Master.
- Así mismo, podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Universidad de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de Master.

WEB: http://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=requisitos_acceso

VÍAS DE ACCESO:

	2016-17	2017-18	% Variación
Nº Alumnos con Titulación Superior	14	22	57,14
Procedencia del Título Superior – Nacional ¹	12	20	66,67
Procedencia del Título Superior – Internacional ¹	2	2	0,00

Fuente: Admisiones de Postgrado ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones: La evolución del número de alumnos es muy positiva.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

2.2. REQUISITOS PREVIOS PARA EL ESTUDIANTE

El proceso de selección se iniciará por la comprobación de que reúnen los requisitos previstos por la legislación y normativa vigentes, continuando con una evaluación para comprobar si el candidato se adecúa al perfil de ingreso recomendado. El proceso de Admisión cuenta con distintas fases: Preinscripción, Admisión y Matrícula, que se detallan en los siguientes enlaces web:

WEB: https://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=requisitos_admision

WEB: https://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=requisitos_matricula

Además, el futuro alumno puede solicitar Becas que se detallan en el siguiente enlace web de la titulación bajo el apartado Requisitos y Matrículas, Becas

WEB: https://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=requisitos_becas

RAMAS DE PROCEDENCIA:

	2016-17	2017-18
Publicidad y Relaciones Públicas	2	3
Periodismo	1	1
Comunicación audiovisual	2	2
ADE / Empresariales / Economía	6	12
Comunicación Social	0	0
Marketing	3	3
Otros	0	1

Fuente: Admisiones de Postgrado ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones: Se considera que es correcta la procedencia. Es importante que en los trabajos en grupo se seleccionen alumnos que vengan de diferentes áreas.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

2.3. CARACTERÍSTICAS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Las características del Plan de Estudios se detallan en el siguiente enlace web:

WEB: https://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=academica_plan

MATRICULADOS POR ECTS:

	2016-17	2017-18	Variación
Total de Alumnos matriculados	14	23	64,29
Total de Alumnos matriculados a Tiempo Completo (100% ECTS)	14	22	57,14
Porcentaje de Alumnos matriculados a Tiempo Completo (100% ECTS)	100%	96%	-4,35

Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones: La evolución del número de alumnos es muy positiva.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

2.4. JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

Los estudios orientados al título propuesto responden a una necesidad sentida por la sociedad y las empresas, y que se traduce en una creciente demanda de profesionales en las áreas de Marketing y gestión de empresas de la economía digital.

RELACIÓN OFERTA/DEMANDA:

	2016-17	2017-18	% Variación
Plazas Ofertadas ¹ (A)	35	35	0
Plazas Demandadas (B)	16	30	88%
Ratio: Relación B/A	46%	85%	85%

Fuente: Admisiones de Postgrado ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones: La evolución del número de alumnos matriculados es muy positiva.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

2.5. NORMATIVA DE RECONOCIMIENTO Y TRANSFERENCIA DE CRÉDITOS

El reconocimiento de créditos aplicable a los alumnos del Máster es el recogido en el Reglamento sobre Reconocimiento de Créditos/Asignaturas y Adaptaciones en Titulaciones de Masters Universitarios de la Universidad Miguel Hernández vigente, al tratarse de un Master Universitario de dicha Universidad y siendo ESIC centro adscrito a la misma.

WEB: https://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=academica_reconocimiento

Título sin Reconocimiento ni Transferencia de Créditos.

2.6. ATRIBUCIONES PROFESIONALES DEL TÍTULO

NO PROCEDE para el Máster en Dirección de Personas y Desarrollo Organizativo.

2.7. COMPETENCIAS QUE CARACTERIZAN EL TÍTULO

Las competencias del Título están declaradas en el siguiente apartado web:

WEB: https://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=academica_competencias

Las competencias que aplican a cada una de las materias están reflejadas en la Memoria del título aprobada por ANECA:

WEB: https://www.esic.edu/pdf/memoria_master_marketing_y_gestion_digital.pdf

2.8. PERFIL DE ENTRADA Y SALIDA

A continuación, se detallan los perfiles de entrada y salida de los alumnos del título Máster en Marketing y Gestión Digital:

2.8.1. PERFIL DE ENTRADA

El perfil de ingreso recomendado se declara en el siguiente enlace web:

WEB: http://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=perfil_entrada

DISTRIBUCIÓN POR SEXO:

	2016-17	2017-18	Variación
Alumnos de Nuevo Ingreso: Mujeres	9	15	67%
Alumnos de Nuevo Ingreso: Hombres	5	7	40%

Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

DISTRIBUCIÓN POR PROCEDENCIA:

	2016-17	2017-18	Variación
Alumnos de Nuevo Ingreso: Extranjeros	2	3	50%
Alumnos de Nuevo Ingreso: Nacionales	12	19	58%
Alumnos de Nuevo Ingreso de fuera de la Comunidad Valenciana	2	2	0%
Alumnos de Nuevo Ingreso de dentro de la Comunidad Valenciana	12	17	42%

Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones: Existe un perfil ligeramente desequilibrado entre mujeres y hombres siendo algo más alto en mujeres. Se ha experimentado una consolidación de alumnos de perfil internacional dada la internacionalización en la Escuela y demanda de títulos oficiales frente a propios por algunas nacionalidades.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

2.8.2. PERFIL DE SALIDA

El perfil de salida se declara en el siguiente enlace web:

WEB: http://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=perfil_salida

A continuación, se anexa la tabla que se reporta a la UMH:

	2016-17	2017-18	% Variación
1. TASA DE GRADUCACIÓN POR MODALIDAD			
TIEMPO COMPLETO	100%	96%	-4,00
TIEMPO PARCIAL	0%	0%	/
2. TASA DE GRADUCACIÓN POR SEXO			
HOMBRES	34%	28%	-17,65
MUJERES	66%	68%	3,03

3. TASA DE GRADUCACIÓN POR PROCEDENCIA			
ESPAÑA	83%	82%	-1,20
RESTO	17%	14%	-17,65
4. TASA DE GRADUCACIÓN POR EDAD			
19 – 25	50%	59%	18,00
26 – 29	33%	32%	-3,03
30 – 39	17%	5%	-70,59
40 – 45	0%	0%	/

Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones: Se observa el aumento a lo largo de los cursos del perfil Mujer, así como el ligero incremento de alumnos internacionales. La tasa de graduación es muy elevada.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

2.9. DATOS DE MATRÍCULA

2.9.1. PLAZAS DE NUEVO INGRESO OFERTADAS

El número de plazas ofertadas corresponde al número de plazas aprobadas por ANECA en la Memoria del título, actualmente 35.

TASA DE COBERTURA:

	2016-17	2017-18	Variación
Nº plazas de nuevo ingreso ofertadas	35	35	0%
Nº de matriculaciones de nuevo ingreso	14	22	57%
Tasa Cobertura: % Matriculados/Plazas ofertadas	40%	63%	58%

Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones La evolución del número de alumnos es muy positiva.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

2.9.2. NÚMERO DE ALUMNOS MATRICULADOS Y BAJAS

	2016-17	2017-18	% Variación
Total nuevos matriculados	14	22	57%
Bajas	0	0	/
TOTAL Alumnos Finales	14	22	57%

Fuente: Secretaría de Postgrado ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones: No han existido bajas, lo cual se valora muy positivamente.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

3. PARA EL ESTUDIANTE

3.1. GUÍAS DOCENTES

La Guía Docente, como instrumento oficial de comunicación entre profesores y alumnos, contiene información general de la asignatura y refleja las Competencias especificadas de cada una. Existe una única Guía por asignatura y titulación, independientemente del número de profesores que la imparten.

INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital [MMGD]

CURSOS ACADÉMICO 2016-17 y 2017-18

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

Para acceder a las Guías Docentes en la web debemos acceder a través del enlace en cada una de las asignaturas del Plan de estudios:

WEB: https://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=academica_plan

Las guías docentes se actualizaron a la finalización del curso 2014-15 con el nuevo formato Ed.04.

Análisis de Datos y Conclusiones: Se mantienen en un proceso de revisión constante, dada su importancia al tratarse del medio de comunicación profesor-alumno: se tiene en cuenta la incorporación de lo declarado en la Memoria de Título, además de apartados que faciliten el desarrollo y evaluación de las asignaturas.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

3.2. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DEL DESPLIEGUE DEL PLAN DE ESTUDIOS

3.2.1. CAMBIOS INTRODUCIDOS EN EL PLAN DE ESTUDIOS (MEJORAS IMPLANTADAS)

No se han realizado cambios en el Plan de Estudios.

3.2.2. MEJORAS IMPLANTADAS EN EL CURSO ACADÉMICO

Se relacionan aquellos resultados identificados en los bloques de Procesos de la Cadena de Valor de las Áreas Académicas y sus títulos.

AUDITORÍA INTERNA VALENCIA	NC	OBS	MEJ
Mejoras Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado (PR.2)	2	11	5
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Formativo (PR.3)	3	4	1
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Complementario (PR.3.50)	2	3	0
Mejoras Procesos de Apoyo-Prestación del servicio (PR.4)	6	3	0
Total Resultados 2017-18	13	21	6

AUDITORÍA INTERNA TÍTULO	NC	OBS	MEJ
Mejoras Procesos de Atención a Estudiantes y Profesorado (PR.2)	1	0	0
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Formativo (PR.3)	2	2	0
Mejoras Procesos de Prestación del Servicio Complementario (PR.3.50)	1	0	0
Mejoras Procesos de Apoyo-Prestación del servicio (PR.4)	4	1	0
Total Resultados 2017-18	8	3	0

Fuente: Unidad de Calidad y Acreditaciones de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones: Se evidencia la continuidad de un sistema de calidad que revisa con carácter anual el desarrollo de los procedimientos y cumplimientos legales y sus acciones correctivas, así como la identificación de mejoras.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

3.2.3. GRADO DE CUMPLIMIENTO

A continuación, se declaran los procedimientos que se han mejorado, los cuales están declarados en el Modelo de Autoinforme de Seguimiento del Sistema de Garantía Interna de Calidad, presentado y aprobado por AUDIT en 2017 y su grado de cumplimiento.

Los puntos débiles que se reflejaron en el Informe de Seguimiento, fueron los que se declaran a continuación:

INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital [MMGD]

CURSOS ACADÉMICO 2016-17 y 2017-18

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

NC1: No existe un proceso sistematizado de rendición de cuentas a grupos de interés externos (empresas, universidades, asociaciones, etc., implicadas con ESIC).

Acciones a desarrollar: ESIC ACTUALIDAD: Se creará un Espacio Fijo debajo del apartado Actualidad dedicado a Garantía de Calidad, dicho espacio informará de toda la actualidad del Sistema de Garantía de Calidad de ESIC, y al cuál se dirigirán los links de los comunicados que se envíen desde el Dpto. de Marketing de ESIC cuando se informe del Sistema.

Grado de Cumplimiento: CERRADA.

Evidencias:

[ESIC Actualidad / Calidad](#)
[Calidad / Comunicaciones](#)

Acciones a desarrollar: TODAS LAS COMUNICACIONES DESDE EL DPTO. DE MARKETING: el Dpto. de Marketing incluirá un pie de página fijo a todas sus comunicaciones informando de la Actualidad del Sistema de Garantía de Calidad (SGC*) de ESIC y vinculándolo a la información de detalle que se encontrará o bien en [ESIC Actualidad](#) o bien en el *site* de Calidad www.esic.edu/calidad. Las comunicaciones desde el Dpto. de Marketing se remiten a todos los colectivos externos (aproximadamente 600 comunicaciones al año).

Grado de Cumplimiento: CERRADA.

Acciones a desarrollar: COMUNICACIONES PUNTUALES A LOS DIFERENTES COLECTIVOS DESDE EL DPTO. MARKETING: comunicaciones concretas sobre el SGC de ESIC a los diferentes colectivos externos de ESIC.

Grado de Cumplimiento: CERRADA.

Acciones a desarrollar: CONSEJO ASESOR DE ESIC: se incluirá en el Orden del Día del Consejo Actualidades del SGC de ESIC. Este tema será parte fija en cada Consejo Asesor.

Se creará una nueva clasificación en la Base de Datos de ESIC (Gestor de contactos) donde se incluyan los grupos de interés externos en entorno al SGC de ESIC (Universidades, Agencias, Asociaciones, etc.), entre otros.

Grado de Cumplimiento: EN PROCESO.

Identificada la necesidad en junio 2016 de crear un Consejo Asesor Académico y mantener el Consejo Asesor actual que está compuesto de profesionales del mundo empresarial, con diferentes funciones, pero abordando entre sus actividades el seguimiento y mejoras para los procesos de actividades de la escuela, se ha definido una propuesta de creación de un Consejo Asesor (académico y empresarial) por el Director de Desarrollo de Negocio de ESIC. En junio de 2017, ha sido elaborado el documento que define el nuevo Consejo Asesor y que será revisado y aprobado en Comité de Dirección de ESIC en su primera reunión en curso académico 2017/2018. Se espera que su puesta en marcha sea antes de final de año 2017.

NC2: No existe una sistemática establecida de mejoras desarrolladas a partir de los Informes de Titulación debido a una gestión prioritaria de mejoras a nivel área académica y menos de Titulación. Esta situación ha sido heredada de un Sistema de Gestión de Calidad centrado en áreas académicas (Grado y Postgrado).

Grado de Cumplimiento: CERRADA.

Evidencias: Se pueden evidenciar en la web corporativa de ESIC en cada Titulación en el apartado denominado "Garantía de Calidad y Seguimiento del título", sub-apartado "Resultados de la titulación".

NC3: No se documenta en cada procedimiento actualmente la ficha integra de indicadores. Actualmente se indica en la página 2 de cada proceso, los indicadores de medición y las fechas a medirlos.

Grado de Cumplimiento: CERRADA.

Evidencias: Se ha editado una Edición nueva del Procedimiento 5.90 Medición para establecer la existencia de un catálogo único de indicadores con toda la información de interés a medir.

Publicación del Catálogo de Indicadores en la Web de ESIC Apartado “Calidad”, sub-apartado “Procedimientos”. Ver <http://www.esic.edu/calidad/procedimientos.php>

Y las oportunidades de mejora y observaciones generales al Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC):

OBS1: La difusión del plan estratégico hasta la fecha ha sido internamente a través de las Direcciones de Área a todo el personal de ESIC, pero no se había analizado los beneficios ni requisitos de comunicar unas líneas maestras del plan estratégico.

Grado de Cumplimiento: EN PROCESO.

Evidencias: Está en marcha un equipo de trabajo actual que elabora el Plan Estratégico 2016/2020 para ESIC.

OBS2: Debido a que el modelo de referencia en el que se basó el SGC de ESIC fue la Norma ISO en el año 2007 y a las adaptaciones realizadas en el Sistema en el 2010 por Modelo AUDIT, durante este periodo de tiempo (2010 a Actualidad) han convivido ambos modelos produciendo una multitud de informes y comisiones que existían antes de AUDIT junto a las que se originaron con AUDIT.

Grado de Cumplimiento: CERRADA.

Evidencias: Se han identificado los Informes institucionales o de área a eliminar debido a su duplicidad de información con los Informes de Titulación. Existe un Acta que lo confirma y comunicaciones al Comité de Calidad.

OBS3: El inicio de las Comisiones de Titulación con elaboración de Informes se ha visto muy apoyada en una primera fase por la Unidad de Calidad, de tal forma que permitiera una homogeneidad de los Informes iniciales.

Grado de Cumplimiento: CERRADA.

Evidencias: Se ha realizado una revisión de la Política de Comisiones (Ed.1) que anexa un Calendario de Actividades y Glosario, además de incluir en la nueva edición un apartado más sobre metodología de elaboración, revisión, aprobación, publicación y rendición de cuentas de los informes.

OBS4: La situación del Modelo del SGC en su ciclo de vida desde el 2007 y tal y como se describe en el segundo punto.

Grado de Cumplimiento: CERRADA.

Evidencias: Un equipo de Directores de Área Grado y Postgrado de ESIC denominado Área de Diseño, Seguimiento y Renovación de Títulos creada en la Escuela es la responsable final de la revisión cruzada de informes para evitar incoherencias.

Además, se ha creado una Unidad denominada Unidad Técnica dedicada a dar uniformidad y coherencia además de la revisión por parte de la dirección de calidad y acreditaciones.

OBS5: No ha existido una sistemática participación de todos los Grupos de Interés en la revisión de procesos antes de la creación de Comisiones de Titulación (Alumnos/as principalmente).

Grado de Cumplimiento: CERRADA.

Evidencias: Ya se está realizando, se ha incorporado en el proceso de revisión documental del Sistema de Calidad por parte de Comisiones de Titulación, así como a través del Campus Virtual a todo alumnado y profesorado.

OBS6: Dificultades en algunas ocasiones para tener acceso a las Memorias vigentes, además de la dificultad de puesta en marcha de cambios de Memorias en cursos ya iniciados.

Grado de Cumplimiento: CERRADA.

Evidencias: Se ha creado una definición de trabajo para seguimiento del cumplimiento de memorias con la incorporación de la Unidad de Calidad como área asesor y auditor del cumplimiento de Memorias.

Ver Calendario de Actividades de Comisiones como revisores principales del cumplimiento de Memorias. Ver renovaciones hasta la fecha.

Fuente: Informe de Seguimiento de AUDIT 2017.

En el proceso de **Auditoria Externa de la implantación de AUDIT**, en el que se revisó el SGIC y se entrevistó a los grupos de interés implicados en el mismo, el equipo auditor consideró que las fortalezas detectadas fueron:

- 1.- La formulación, implantación seguimiento y revisión de la estrategia de calidad.
- 2.- La revisión de resultados por la Dirección a partir de la documentación generada.
- 3.- La atención al estudiante, en particular a los de nuevo ingreso, tanto en la información que se les facilita, como mediante el acto de bienvenida, a través del plan de acción tutorial, de los denominados cursos cero y de los cursos específicos que solicitan los tutores.
- 4.- Las reuniones sistemáticas con los delegados de los estudiantes, así como las que tiene la dirección con cada uno de los grupos.
- 5.- La gestión de quejas y sugerencias, detectándose una rápida respuesta por parte de la Dirección.
- 6.- Las auditorías internas que periódicamente se realizan.
- 7.- La evaluación del profesorado mediante DOCENTIA.
- 8.- Los procedimientos de diseños y rediseños de programas, en los que participan expertos externos.
- 9.- La bienvenida y atención al personal académico y no académico que se incorpora al Centro.
- 10.- La difusión e información de los programas de movilidad.
- 11.- La información que se facilita a los grupos de interés internos a través de la página Web.
- 12.- La orientación de los estudiantes que quieren realizar un postgrado, a fin de seleccionar el que mejor se adapta a su perfil.
- 13.- Los medios tecnológicos con que cuenta el Centro para el desarrollo de su actividad.
- 14.- La rápida respuesta de la Dirección ante la solicitud de formación específica por parte del personal tanto académico como no académico.
- 15.- La organización de diferentes actividades para el personal académico en el periodo en que han concluido los exámenes.
- 16.- El fomento de la relación con los antiguos alumnos, así como la bolsa de trabajo.
- 17.- La cercanía y sensibilidad de la Dirección hacia todos los miembros de la organización, incluidos los estudiantes.
- 18.- El notable incremento del número de doctores.
- 19.- El compromiso de la Dirección por la Mejora Continua.
- 20.- El despliegue de los sistemas de calidad a toda la organización.
- 21.- La coordinación entre Dirección general de ESIC ubicada en Madrid y el equipo de Dirección del centro de ESIC en Valencia.

Fuente: AUDIT 2014.

Análisis de Datos y Conclusiones: Se han mejorado 21 procedimientos que redundan en una mayor calidad, así como una mejora de la percepción por parte de los grupos interés hacia la Titulación y ESIC.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

3.3. PROGRAMAS DE MOVILIDAD

Los Programas de Movilidad tienen como objetivo el desarrollo de acciones encaminadas a la proyección internacional de la universidad, la movilidad, formación y el apoyo en idiomas a los estudiantes.

Durante el curso 2017-2018 no ha habido ninguna movilidad de alumnos de este Máster, ni en cursos anteriores. Dado que se trata de un programa de un año de duración, la movilidad de los alumnos es difícil, sin embargo, los alumnos disponen de los programas de movilidad de la UMH y, desde ESIC se está trabajando en el establecimiento de Convenios que faciliten la movilidad de los estudiantes.

WEB: <https://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=movilidad>

Análisis de Datos y Conclusiones: No existe interés por parte del alumnado por la realización de movilidad. Existe preferencia por realización de prácticas todo el curso académico.

Propuestas de Mejora al Indicador: Potenciar mejora en la movilidad para alumnado.

Causa: Nula movilidad entre alumnado.

Acciones a Desarrollar: Incrementar convenios específicos de movilidad para el alumnado.

Responsables: Oficina Internacional.

Tiempo de Realización: 2018/2019.

Código: 2018.POSTGRADO.VALENCIA.001

3.4. ORIENTACIÓN PROFESIONAL DE LA TITULACIÓN

ESIC recoge las valoraciones sobre la satisfacción de alumnos de cada edición respecto a la orientación profesional del Máster en su Encuesta de Satisfacción de Final de Titulación.

	2016-17 ¹	2017-18 ¹	%Variación
Despertar inquietudes emprendedoras	5,2	7,31 (s=1,70)	40,58
Equilibrio teórico/aplicado de los contenidos del título	5	4,85 (s=2,51)	-3,00
Formación en habilidades de Gestión Directiva	5,2	7,15 (s=2,08)	37,50
Actividades de orientación profesional y personal	5,4	6,31 (s=2,43)	16,85
Potenciar la carrera profesional/empleabilidad	5,8	8,00 (s=1,41)	37,93

Fuente: Unidad de Calidad y Acreditaciones de ESIC

¹ Medias de las puntuaciones otorgadas por los alumnos [0 a 10]. Junto a las medias presentamos la media de la desviación típica de los últimos tres años.

Propuestas de Mejora al Indicador: Incrementar orientación profesional.

Causa: El número de créditos con enfoque profesional.

Acciones a Desarrollar: Que los profesores en sus respectivas asignaturas sigan desarrollando y perfeccionando las técnicas de orientación profesional para los propios alumnos y como medio de acción en el resto de la plantilla de sus actuales o futuras empresas.

Responsables: Director del Programa y profesores de las asignaturas correspondientes.

Tiempo de Realización: Curso 2016/2017

Código: 2018.MMGD.001

3.4.1. RATIOS DE ORIENTACIÓN PROFESIONAL EN LA TITULACIÓN

En el área de Postgrado de ESIC, la empleabilidad, el desarrollo profesional y directivo de nuestros alumnos, es un objetivo estratégico en un doble sentido: uno, dotando a los alumnos de todos los conocimientos y herramientas necesarias para que sean más empleables y/o tengan un mejor desarrollo profesional, y otro, ayudándoles y apoyándoles, a través de los departamentos de Prácticas y Carreras Profesionales, para que realicen prácticas en empresas y/o para que encuentren su primer empleo o desarrollen su carrera profesional.

Nº de ECTS con 100% de Orientación Profesional en el MMGD:

	2016-17		2017-18	
	N	%	N	%
ECTS 100% Orientación Profesional	60	90	60	90
Total ECTS	66 ¹		66 ¹	

Fuente: Dirección del MDPO

¹ El título cuenta con dos asignaturas optativas, que cuenta cada una de ellas con 6 ECTS. De modo que el cómputo total de ECTS de Máster es 66, aunque un alumno realice los 60 ECTS correspondiente a un curso académico.

Las materias cuyos ECTS son 100% de Orientación profesional son:

- Dirección de Empresas.
- Marketing Estratégico.
- Inteligencia Competitiva.
- Medios actuales y emergentes.
- Comercio electrónico.
- Web Marketing.
- Nuevos Modelos de Negocio en el Ámbito Digital.
- Prácticas en empresas (Practicum).
- Trabajo Fin de Máster.

3.5. PRÁCTICAS PROFESIONALES

El departamento de Prácticas Profesionales forma parte del Área de Desarrollo Profesional de ESIC. Dicha Área constituye uno de los enlaces naturales de la Escuela con la realidad Empresarial. Además, para la presente titulación las Prácticas constituyen una actividad formativa que permite al alumno la práctica de los conocimientos adquiridos y la adquisición de las competencias indicadas para dicha asignatura en la Memoria del Título. Estas Prácticas están, además, orientadas a facilitar la salida al mercado laboral del estudiante. Algunas de las empresas con las que ESIC mantiene convenios de cooperación educativa/Prácticas para el presente Máster pueden verse en el siguiente enlace web:

WEB: <https://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=practicas>

DATOS REFERENTES A LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES DEL MMGD:

	2016-17	2017-18	% Variación
Duración media de las prácticas (horas) ¹	488	564	15,57
Valoración académica prácticas	8	8,3	3,75
Valoración adecuación formación	9	9,6	6,67
Calificación media	8,4	8,9	5,95
Nº estudiantes matriculados	14	22	57,14
Nº estudiantes aprobados	14	22	57,14
Nº de plazas asignadas ²	17	28	64,71
Tasa de superación	100%	100%	0,00

Fuente: Departamento de Prácticas de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones: Se evidencia una tendencia adecuada en todas las variables en torno a las prácticas de los alumnos del Máster.

Propuestas de Mejora al Indicador: No Procede.

3.6. INSERCIÓN LABORAL DE LOS EGRESADOS

El Departamento de Carreras Profesionales del Campus realiza un seguimiento continuado de ofertas y demandas de puestos de trabajo de egresados de la titulación.

Además, el Departamento de Carreras Profesionales realiza un seguimiento de los nombramientos que se van produciendo por los egresados de las titulaciones de ESIC.

La Comisión de Titulación realiza análisis de todos los resultados de Inserción Laboral.

- La información pública sobre el DEPARTAMENTO DE CARRERAS PROFESIONALES se encuentra en: <http://www.esic.edu/empleabilidad/>
- Podemos ver sus actividades más significativas para el Título en el siguiente enlace web:
WEB: http://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=aalumni_carreras
- Los nombramientos alcanzados se publican en la Revista Alumni de ESIC. A continuación, se listan las publicaciones de la revista desde el 2013:

2013
Número 26: http://www.esic.edu/alumni/revista/26/index.html
Número 27: http://www.esic.edu/alumni/revista/27/index.html
Número 28: http://www.esic.edu/alumni/revista/28/index.html

2014
Número 29: http://www.esic.edu/alumni/revista/29/index.html
Número 30: http://www.esic.edu/alumni/revista/30/index.html
Número 31: http://www.esic.edu/alumni/revista/31/index.html
Número 32: http://www.esic.edu/alumni/revista/32/index.html

2015
Número 33: http://www.esic.edu/alumni/revista/33/index.html
Número 34: http://www.esic.edu/alumni/revista/34/index.html
Número 35: http://www.esic.edu/alumni/revista/35/index.html
Número 36: http://www.esic.edu/alumni/revista/36/index.html

2016
Número 37: http://www.esic.edu/alumni/revista/37/index.html
Número 38: http://www.esic.edu/alumni/revista/38/index.html
Número 39: http://www.esic.edu/alumni/revista/39/index.html
Número 40: http://www.esic.edu/alumni/revista/40/index.html

2017
Número 41: http://www.esic.edu/alumni/revista/41/index.html
Número 42: http://www.esic.edu/alumni/revista/42/index.html
Número 43: http://www.esic.edu/alumni/revista/43/index.html
Número 44: http://www.esic.edu/alumni/revista/44/index.html
Número 45: http://www.esic.edu/alumni/revista/45/index.html

2018
Número 46: http://www.esic.edu/alumni/revista/46/index.html
Número 47: http://www.esic.edu/alumni/revista/47/index.html

3.6.1. RATIOS DE INSERCIÓN POR ACTIVIDADES PROFESIONALES

Para obtener un análisis de la empleabilidad de los egresados de la Titulación, se toma como fuente los CV en LinkedIn, que engloba:

- Localización del empleo.
- Situación laboral: Activa/o, Desempleada/o, Continuando estudios.
- Disciplinas en que están empleados.
- Aptitudes.

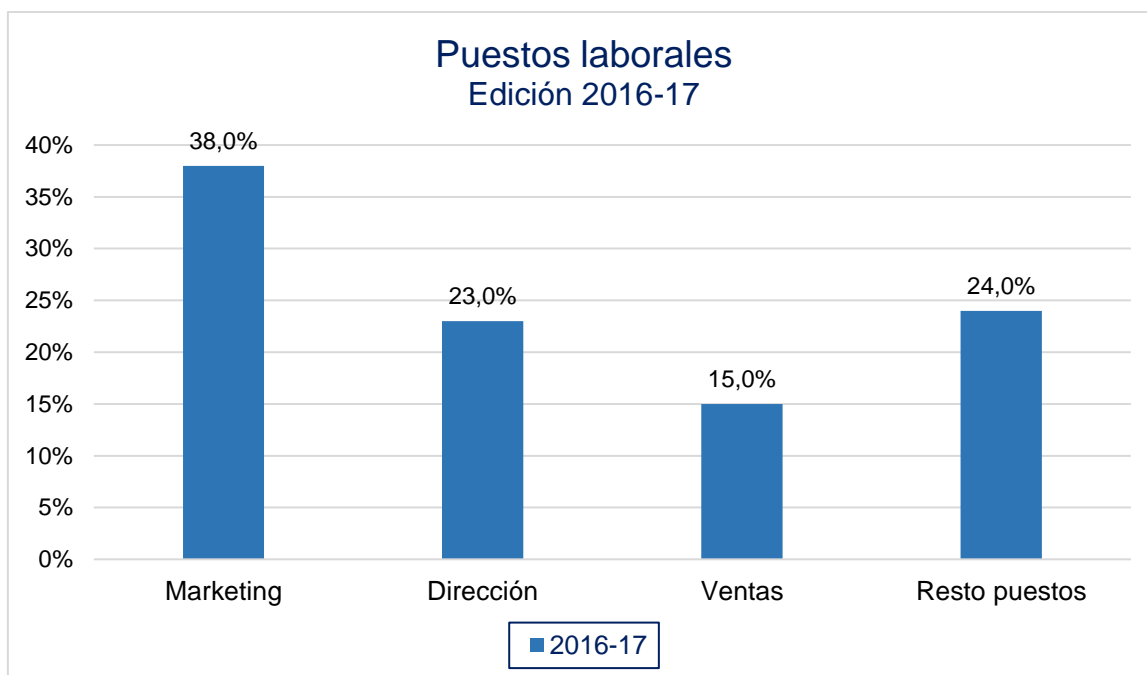
El **UNIVERSO DEL ESTUDIO** son los egresados en 2016-17, es decir 14 alumnos.

La **MUESTRA** son egresados que han sido localizados en LinkedIn: Del 2016-17 se localizan 13, lo que supone un 93% del total de egresados/as de esta promoción.

Las **CONCLUSIONES** más relevantes del Informe de Inserción Laboral "LinkedIn" se pueden ver en el Apartado 7.8.2 del presente Informe.

Las **DISCIPLINAS** o áreas laborales en las que trabajan los egresados de la titulación son las siguientes:

	2016-17
Marketing	38%
Dirección	23%
Ventas	15%
Resto puestos	24%



La **Disciplina** más vinculadas al empleo realizado por los egresados/as es Marketing, con un 38%.

Para el año 2016, en el Informe Anual "Datos y Cifras del Sistema Universitario Español", realizado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, aporta información censal de la inserción laboral de los

estudiantes egresados. En él se muestra la perspectiva de la afiliación a la Seguridad Social de los egresados y se analizan variables como el tipo de contrato, porcentaje de autónomos, tipo de jornada, grupos de cotización y otros aspectos que pueden verse en el informe completo que se encuentra en la web del citado Ministerio:

<http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/educacion-mecd/areas-educacion/universidades/estadisticas-informes/datos-cifras/datos-y-cifras-SUE-2015-16-web.pdf>

Análisis de Datos y Conclusiones: Se concluye en la adecuada empleabilidad de los egresados de la titulación y necesidad de seguir garantizando la formación para propiciar la empleabilidad que ya hoy observamos en los egresados adecuados.

Propuestas de Mejora al Indicador: No Procede.

3.7. OTROS

3.7.1. ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Se entrega a los Nuevos Alumnos el Manual de Bienvenida en el Acto de Inauguración, donde se declaran los Servicios que ESIC les ofrece.

Además, la Dirección del Título lleva a cabo la Acogida de los Nuevos Alumnos, tal como se detalla en el siguiente enlace web:

WEB: http://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=atencion_acogida

Como se declara en el citado Manual de Bienvenida, el personal con el que se relacionan los alumnos más directamente y que está constantemente atendiendo sus necesidades, ya sean Administrativas o Académicas, son: Secretaría de Postgrado y la Dirección del programa. Además, todas las demás Áreas están a disposición del alumno: Internacional, Calidad, etc.

Parte de la Normativa Académica, la Disciplina Académica y la Normativa Económica para los Másters en la Escuela se publica en la Guía Académica de Postgrado.

WEB: https://www.esic.edu/pdf/guia_academica_postgrado.pdf

Además, se llevan a cabo distintas acciones de apoyo a personas con DIVERSIDAD: ESIC apuesta por ser un centro formativo inclusivo, propiciando una sociedad con igualdad de oportunidades y la no discriminación de las personas. ESIC pretende ser "espejo" para el mercado laboral, ofreciendo formación e inclusión socio-laboral a las personas que hayan sufrido alguna discriminación en el empleo o con diversidad funcional.

WEB: http://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=aalumni_diversidad

La Unidad Técnica de Diversidad desarrolla distintas acciones de concienciación al Personal Docente y No Docente, como, por ejemplo: Lenguaje, acercamiento a la inclusión, así como otorga las Becas Diversidad.

WEB: <http://www.esic.edu/institucion/diversidad/>

3.7.2. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

ESIC, como respuesta a las necesidades de una empresa en un entorno cambiante, organiza actividades complementarias a la formación de sus alumnos, que les permiten estar en contacto directo con la problemática empresarial actual, así como recibir las experiencias de primera mano de los directivos y profesionales de empresas con los que comparten estas actividades.

Estas actividades las podemos resumir en dos grupos principales:

1.- Actualización e intercambio de experiencias con profesionales.

- Seminarios Profesionales

- Desayunos de Trabajo
- Conferencias de Actualidad
- Jornadas Profesionales
- Encuentro de Profesionales de Marketing: “Hoy es Marketing”.
- Participación en Concursos y Premios de Investigación.
- Simuladores de Decisiones Empresariales.

2.- Relacionadas con la Empresa y el Empleo.

- Encuentro Profesional de empleo, MEET Valencia con la presencia de importantes empresas como P&G y Leroy Merlin.
- Jornadas de Formación para el empleo, con la realización de varios encuentros con head hunters.

Análisis de Datos y Conclusiones: Desde ESIC se organizan múltiples actividades para complementar la formación de sus alumnos y mejorar así sus capacidades a la hora de trabajar en el entorno cambiante que nos encontramos, gracias a estar en contacto con las empresas actuales y sus diferentes problemáticas del día a día.

Queda patente el interés de ESIC por no dejar de lado a sus alumnos, proporcionándoles actividades para su mejora y formación continua.

El número de actividades realizadas anualmente es elevado y no ha sufrido variación con respecto a años anteriores.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

4. PROFESORADO

El Claustro de Profesores para el título puede visualizarse actualizado en el siguiente enlace web:

WEB: https://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=academica_profesorado

4.1. CATEGORÍA ACADÉMICA DEL PROFESORADO

Los datos pertenecientes al profesorado en el Máster son:

	2016-17	2017-18	Variación
Total profesores de la titulación	32	33	3,13
No Doctores	19	20	5,26
Doctores	13	13	0,00
Doctores Acreditados	8	8	0,00
Porcentaje Doctores	40,62%	39,39%	-1,23
Porcentaje Doctores Acreditados ¹	62%	62%	0,00

Fuente: Unidad de Títulos de Postgrado

¹ Porcentaje de Doctores Acreditados calculados sobre el Total de Doctores.

Análisis de Datos y Conclusiones: La ratio de Doctores es bajo, mientras que la ratio de Doctores Acreditados se ajusta a lo indicado por el RD.

Propuestas de Mejora al Indicador: Incrementar la tasa de PDI Doctor.

Causa: Mejorar la Ratio en este aspecto tan importante de la titulación.

Acciones a Desarrollar: Incorporar al claustro de profesores Doctores.

Responsables: Decano de Postgrado y EE y Dirección del Programa.

Tiempo Realización: 2018/2019.

Código: 2018.MDPO.VALENCIA.002

4.2. ACTIVIDAD INVESTIGADORA

Los datos de Actividad Investigadora pueden consultarse en mayor detalle en las Memorias de Investigación:

WEB: https://www.esic.edu/investigacion_esic.php?para=faculty

4.2.1. ACTIVIDAD INVESTIGADORA DEL PROFESORADO ESIC

A continuación, se presenta la actividad investigadora de todo el Profesorado ESIC:

	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	% Variación
Nº Artículos publicados en revistas científicas nacionales	30	7	18	23	0,07%
Nº Artículos publicados en revistas científicas internacionales	30	13	20	34	0,15%
Nº Comunicaciones en congresos nacionales	20	24	55	31	0,43%
Nº Comunicaciones en congresos internacionales	21	21	14	41	1,92%
Nº Proyectos de investigación aprobados	26	33	53	53	0%

Fuente: Departamento de Investigación de ESIC

Además, otras producciones científicas/docentes del Profesorado ESIC:

	2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	% Variación
Nº Notas Técnicas Publicadas	6	5	5	1	0,8%
Nº Libros de texto/prácticas publicadas	20	14	21	9	0,57%
Nº Casos de Estudio	12	6	10	3	0,7%
Colaboración con proyectos institucionales de Innovación y Mejora Docente	24	9	11	18	0,63%

Fuente: Departamento de Investigación de ESIC

4.2.2. ACTIVIDAD INVESTIGADORA DEL PROFESORADO MMGD

	2016-17
Nº Artículos publicados en revistas científicas nacionales	4
Nº Artículos publicados en revistas científicas internacionales	20
Nº Comunicaciones en congresos nacionales	12
Nº Comunicaciones en congresos internacionales	10
Nº Proyectos de investigación aprobados	1

Fuente: Departamento de Investigación de ESIC

Además, otras producciones científicas/docentes del Profesorado MMGD:

	2016-17
Nº Notas Técnicas Publicadas	0
Nº Libros de texto/prácticas publicadas	8
Nº Casos de Estudio	0
Colaboración con Proyectos institucionales de Innovación y Mejora Docente	3

Fuente: Departamento de Investigación de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones: Se propone fomentar la investigación de los profesores de ESIC. Los alumnos proponen la puesta en marcha de un departamento de investigación en la que intervengan los alumnos. Se comenta que es un proyecto en el que se está trabajando para ponerlo en marcha.

Propuestas de Mejoras al Indicador: Acción de fomento de la investigación del profesorado de la titulación alineado con la obtención de títulos académicos como Doctor o Acreditación necesarios en la titulación como ya se había descrito.

Causa: Mejorar la ratio de la investigación en la titulación.

Acciones a Desarrollar: Fomento y Soporte para la acreditación de los Doctores apoyándoles en el desarrollo de investigaciones.

Responsables: Departamento de Investigación.

Tiempo Realización: 2016/2017 y siguientes.

Código: 2016.POSTGRADO.005

4.3. CALIDAD DEL PROFESORADO

Se realizan distintas actividades en ESIC para formación del Profesorado:

JORNADAS DEPARTAMENTALES/CURSOS DE VERANO:

- Departamento de Comunicación y Publicidad.
- Departamento de Dirección de Marketing / IMAT
- Departamento de Dirección de Empresas
- Departamento de Informática y Nuevas Tecnologías

- Departamento de Investigación de Mercados y Métodos Cuantitativos
- Departamento de Investigación

Además de estas jornadas, se ofrecen otras formaciones: formación de formadores, uso de herramientas informáticas como el aula virtual Moodle, etc.

RELACIÓN DIRECCIÓN DEL ÁREA-PROFESORADO:

Se han llevado a cabo acciones para la mejora en la coordinación académica inter-campus e intra-campus, apoyo para la mejora de la cualificación académica y aumento de la asistencia a los claustros.

APRENDIZAJE DEL IDIOMA INGLÉS:

Se han establecido, en función de los niveles de responsabilidad, diferentes fórmulas operativas para la formación en inglés del Profesorado y en base a las propuestas planteadas por los responsables de cada Unidad. Se propone el desarrollo de un plan para aquellos profesores que imparten asignaturas en inglés y quieran mejorar su nivel de cualificación.

APOYO A LA INVESTIGACIÓN:

Se está trabajando para el incremento de la investigación: que las Direcciones de cada programa propongan la realización de estudios, casos, documentación de apoyo, publicaciones, etc.

- **Apoyo al Doctorado/Acreditación:** Se trabaja para organizar acciones sistemáticas de apoyo a la consecución de Doctorados y Acreditaciones docentes, que se prevé culminará el próximo curso en un Plan de Acreditación.

DOCENTIA:

En el año 2013 ANECA aprueba el diseño del modelo de evaluación docente para ESIC. Se procede a su implantación, de la cual se tienen resultados para los años 2014 y 2015.

- **Resultados DOCENTIA ESIC 2014:**

La Calificación final de cada docente se obtiene según la siguiente ponderación: 50% Evaluación de los Alumnos, 20% Autoevaluación del docente, 30% Evaluación de Directores (Departamento/Máster). Se evaluaron un total 42 profesores (34 Campus Pozuelo, 8 Campus Valencia). La nota que obtiene el profesor es numérica y nominal:

Calificación Nominal	Calificación Numérica	% Profesores 2014
Excelente	9 o más	7%
Notable	De 7,5 a 8,99	83%
Favorable	De 6 a 7,49	10%
Mejorable	Menos de 6	0%

Fuente: Unidad de Calidad y Acreditaciones de ESIC

- **Resultados DOCENTIA ESIC 2015:**

Se ajustan las ponderaciones de la Calificación final: 55% Evaluación de los Alumnos, 10% Autoevaluación del docente, 35% Evaluación de Directores (Departamento/Máster). Se evaluaron un total 42 profesores (32 Campus Pozuelo, 10 Campus Valencia). La nota que obtiene el profesor es numérica y nominal, ampliándose el número de baremos:

Calificación Nominal	Calificación Numérica	% Profesores 2015
Excelente	Más de 8,75	32%
Notable	De 7,76 a 8,75	51%
Bien	De 6,76 a 7,75	15%
Adecuado	De 6,01 a 6,75	0%
Mejorable	De 5,01 a 6	2%
Muy Mejorable	5 o menos	0%

Fuente: Unidad de Calidad y Acreditaciones de ESIC

INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital [MMGD]

CURSOS ACADÉMICO 2016-17 y 2017-18

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

- **Resultados DOCENTIA ESIC 2016:**

Se evaluaron un total 42 profesores. La nota que obtiene el profesor es numérica y nominal:

Calificación Nominal	Calificación Numérica	% Profesores 2016
Excelente	Más de 8,75	24%
Notable	De 7,76 a 8,75	55%
Bien	De 6,76 a 7,75	19%
Adecuado	De 6,01 a 6,75	2%
Mejorable	De 5,01 a 6	0%
Muy Mejorable	5 o menos	0%

Fuente: Unidad de Calidad y Acreditaciones de ESIC

Para ampliar información sobre DOCENTIA en ESIC: <http://www.esic.edu/calidad/docentia.php>

A continuación, los resultados DOCENTIA para la titulación MMGD:

- **Resultados DOCENTIA MMGD 2016:**

Se evaluó a 3 profesores que impartían en el curso académico 2016-17 en el título. Sus calificaciones son:

Calificación Nominal	Calificación Numérica	% Profesores 2016
Excelente	Más de 8,75	0%
Notable	De 7,76 a 8,75	66,6%
Bien	De 6,76 a 7,75	0%
Adecuado	De 6,01 a 6,75	33,3%
Mejorable	De 5,01 a 6	0%
Muy Mejorable	5 o menos	0%

Fuente: Unidad de Calidad y Acreditaciones de ESIC

- **Resultados DOCENTIA MMGD General:**

Dado que el número de profesores que formaban parte del Claustro del Título y pasaron ese año por DOCENTIA es bajo, se presenta a continuación cuántos profesores del Total de los Claustros, en las dos ediciones, han pasado por las diferentes ediciones del proceso DOCENTIA; un total de 9:

Calificación Nominal ¹	Nº Profesores ²	% Profesores ²
Excelente	2	22,2%
Notable	6	66,6%
Bien	0	0,0%
Adecuado	1	11,1%
Mejorable	0	0,0%
Muy Mejorable	0	0,0%
TOTAL	9	

Fuente: Unidad de Calidad y Acreditaciones de ESIC

¹ Recuérdese que en la convocatoria 2014-15 las categorías Bien y Muy Mejorable no se utilizaban, y que la categoría Adecuado era denominada Favorable.

² Téngase en cuenta que sólo se presentan los resultados del proceso DOCENTIA realizados en ESIC. Algunos profesores del Claustro colaboradores pueden haber pasado otros procesos en otros centros de educación superior.

Análisis de Datos y Conclusiones: Se observa la implementación del programa DOCENTIA como modelo de evaluación adecuado para revisar la actividad docente en la titulación. Se continuará con el proceso de evaluación para el resto de profesorado de la titulación que cumpla el perfil DOCENTIA.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

4.4. PROGRAMAS DE MOVILIDAD DEL PROFESORADO

En el curso académico 2017-18 un total de 7 profesores ESIC se beneficiaron de acuerdos de Docencia con universidades extranjeras. Ningún profesor participó de un acuerdo de Formación en esta edición.

	2016-17	2017-18	% Variación
Profesores con acuerdos Docencia	5	7	40,0%
Profesores con acuerdos Formación	0	0	0,0%

Fuente: Oficina Internacional de ESIC

La Comisión de asignación de plazas sigue los siguientes criterios: nivel de idioma –el idioma de impartición es inglés preferiblemente, categoría académica Doctor, vinculación a ESIC fulltime, no haber disfrutado de Movilidad el curso anterior.

4.4.1. PROGRAMAS DE MOVILIDAD DEL PROFESORADO MDPO

A continuación, los datos específicos para el Máster:

	2016-17	2017-18	% Variación
Profesores con acuerdos Docencia	0	1	/
Profesores con acuerdos Formación	0	0	/

Fuente: Oficina Internacional de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones: Existe una movilidad baja en el claustro de la titulación esto es debido a que el perfil que realiza la movilidad en ESIC es un perfil tiempo completo. Este tipo de profesorado está incrementándose en el programa por lo que se espera que implique también un aumento de la movilidad del profesorado.

Propuestas de Mejora al Indicador: No Procede.

5. OTROS RECURSOS

5.1. RECURSOS FÍSICOS

El Máster en Marketing y Gestión Digital se imparte en el Campus de ESIC Valencia, adscrito a la Universidad Miguel Hernández de Elche. Dicho Campus está dividido en dos Áreas fundamentales: Grado y Postgrado, además de contar con otras áreas no académicas como ESIC Idiomas y Editorial. El Área de Postgrado se encuentra localizado en el tercer piso del Edificio, y que incorpora la última tecnología disponible.

El Área de Postgrado cuenta con los siguientes recursos:

- 14 Aulas de formación, todas dotadas con ordenador, conexión a Internet, pantalla retráctil, atril, cañón de proyección, pizarra, sonido, entre otros medios audiovisuales.
- 2 Aulas de trabajo, para favorecer el trabajo en equipo y las reuniones de los alumnos de Máster. Cuentan con mesa, sillas y conexión a Internet.
- 3 Aulas de informática, con más de 100 ordenadores completamente equipados tanto de hardware como de software (Microsoft/Office, programas específicos de diseño gráfico, estadístico y profesional, por ejemplo: “Adobe Creative” con aplicaciones al diseño digital y multimedia), con conexión a Internet. Dichas aulas se usan tanto para la docencia como para el uso libre de los alumnos.
- 1 Aula Magna/Salón de Conferencias, con capacidad para 60 personas, que cuenta con medios audiovisuales.

- 1 Salón de Actos, con capacidad para 200 personas, que cuenta con medios audiovisuales.
- 1 Sala de Profesores, con mesa, sillas, ordenador e impresora y taquillas individuales.
- 1 Sala de videoconferencias equipada con medios audiovisuales y cámara.

La Biblioteca del campus de ESIC – Valencia cuenta con un fondo de más de 10.000 volúmenes en libros, y cerca de 1.300 volúmenes en TFG Y TFM, los cuales están disponibles para préstamos o consultas en sala para todos los alumnos de ESIC. La Biblioteca cuenta también con un sistema de gestión de préstamos de fondos digitales y de hemeroteca digital accesible a los alumnos de ESIC. Así mismo, cuenta con una sala de estudio con 136 puestos, con la posibilidad de solicitar aulas para trabajos en grupos gestionadas por Secretaría.

Además de las anteriores Instalaciones, los alumnos cuentan con los siguientes [Servicios](#):

- Departamento de Prácticas en Empresa y Carreras Profesionales.
- Departamento de ESIC Alumni [Antiguos Alumnos]
- Departamento de Investigación.
- Departamento de ESIC Emprendedores.
- Oficina Internacional.
- Aula Multimedia.
- Editorial y Venta de Libros.
- ESIC Idiomas.
- Departamento de Tecnologías de la Información y la Comunicación [TIC]
- Cafetería y Autoservicio-comedor
- Agencia de Viajes.
- Servicio de Reprografía: atención personalizada o máquinas que funcionan con tarjeta prepago.

Se dispone de una [red inalámbrica WiFi](#) en toda la Escuela de acceso libre, a disposición de la comunidad universitaria: alumnos, PAS y PDI.

Tanto las Instalaciones, como los Servicios a disposición del alumno, se explican en el [Manual de Bienvenida](#) que se le entrega al inicio del Máster.

Los alumnos del Máster en Marketing y Gestión Digital tienen asignada para su docencia el [Aula 27](#). También usan para docencia las Aulas de informática del área, siempre que la materia lo requiera o las otras instalaciones, esporádicamente.

5.1.1. MEJORAS REALIZADAS EN LAS INSTALACIONES

En el Campus de ESIC Valencia se han realizado las siguientes mejoras en el último curso académico.

- Nuevo mobiliario e instalación de Aire Acondicionado con sistema independiente en aulas de postgrado.
- Mejora de la red informática de internet en las aulas de postgrado
- Instalación de pantallas de televisión planas en el Hall principal y en la Avda. Blasco Ibáñez
- Pintado de despachos y aulas del Campus, así como el pulido del suelo de pasillos y despachos.

5.2. OTROS RECURSOS HUMANOS (PAS)

ESIC Business & Marketing School mantiene una cultura de gestión de Recursos Humanos centrada en la relación personal Dirección-trabajador y en el mantenimiento del personal. En el último período, se está produciendo un aumento de la plantilla para cubrir las distintas necesidades que se presentan, todas ellas orientadas a mejorar la atención al alumno.

A continuación, se presenta el [Personal de Administración y Servicios](#) que se relaciona con el Máster:

INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital [MMGD]

CURSOS ACADÉMICO 2016-17 y 2017-18

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

PERSONAL POR SERVICIOS

Servicio/Departamento	2016-17	2017-18
Total PAS, ESIC Campus Valencia, todas Áreas	35	37
Académico, Área de Postgrado	2	3
Admisiones, Área de Postgrado	1	1
Secretaría / Programación, Área de Postgrado	1	1
Oficina Internacional	1	1
Departamento de Marketing	1	2
Departamento de Comunicación	3	2
Departamento de Antiguos Alumnos	1	1
Departamento Carreras Profesionales	2	2
Departamento de Prácticas	1	1
Departamento de Administración	1	1
Reprografía y Biblioteca	1	1
Centralita	2	2
Mantenimiento	2	2

Fuente: Secretaría General de ESIC

5.2.1. PROGRAMAS DE MOVILIDAD DEL PAS

En los cursos académicos del presente informe ningún miembro del PAS se benefició de acuerdos de Formación con universidades extranjeras.

6. MEMORIA DE ACTIVIDADES

ESIC publica una memoria de actividades anual que puede consultarse en el siguiente enlace WEB:

<https://www.esic.edu/institucion/transparencia-plan-estrategico/>

7. GRADO DE IMPLANTACIÓN DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD EN LA TITULACIÓN

ESIC Business & Marketing School pone a disposición de sus grupos de interés los Resultados de su Sistema de Calidad. Dichos resultados se ofrecen en formato Institucional y de Titulación.

Los resultados se agrupan en un INFORME ANUAL con alcance Institucional, de Área o de Titulación. El Informe analiza el grado de desarrollo y cumplimiento de los Objetivos, además de las mejoras llevadas a cabo y las propuestas para el siguiente curso académico. En dicho Informe se incorporan como Anexo, las Actas de las reuniones realizadas por las Comisiones o grupos de interés involucrados en el alcance.

WEB: <http://www.esic.edu/calidad/resultados-titulaciones.php>

WEB: http://www.esic.edu/es/master-oficial-recursos-humanos-valencia/?s=garantia_resultados

7.1. PROCEDIMIENTOS / MAPA DE PROCESOS

ESIC cuenta con la totalidad de los procedimientos implantados y validados en su diseño por AUDIT. A continuación, se muestra el Mapa de Procesos del Sistema de Calidad de ESIC según las Directrices AUDIT para las áreas de alcance de AUDIT: Grado y Postgrado.

WEB: <http://www.esic.edu/calidad/mapa-de-procesos-audit.php>

Análisis de Datos y Conclusiones:

Todo el Sistema de Garantía de Calidad refleja como filosofía de trabajo la Mejora Continua. Ya en el 2006 se lanzó un Proyecto de Mejora Continua, que tenía por objetivo articular en ESIC los procesos y recursos suficientes para implantar una Política de Calidad hacia la Excelencia.

El Proyecto de Mejora, enmarcado en un Sistema de Garantía de Calidad de ESIC (SGC-ESIC), tiene como propósito articular los objetivos de Calidad. En este sistema se establece cómo ESIC utiliza sus órganos, reglamentos, criterios, procesos, etc. para mejorar la calidad de sus títulos, la selección y promoción de su profesorado, la planificación y el desarrollo o los resultados del aprendizaje y también cómo implicar a diferentes grupos de interés en el diseño, desarrollo, evaluación y difusión de sus actividades formativas.

Se pueden ver los resultados del Sistema de Calidad de ESIC en Informe de Revisión del Sistema de Calidad anual, que se encuentra publicado en el siguiente enlace:

WEB: <http://www.esic.edu/calidad/resultados-institucional.php>

Todos los procesos están validados en su diseño por AUDIT y los resultados son muy satisfactorios.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

7.2. POLÍTICAS

Con la publicación de la Política de Calidad de ESIC se persigue la consecución de objetivos de mejora relacionados con alumnos, titulaciones, relaciones con otras organizaciones, cumplimiento de requisitos y asegurar unos niveles de Calidad. La aprobación de esta Política de Calidad de ESIC hace de guía para los diferentes grupos de interés y colaboradores de la Escuela, y que así sepan qué camino seguir para todo lo relacionado con esta misma.

INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital [MMGD]

CURSOS ACADÉMICO 2016-17 y 2017-18

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

	2013-14		2014-15		2015-16		2016-17		2017-18 ¹	
	Nueva Edición	Nuevo Documento	Nueva Edición	Nuevo Documento	Nueva Edición	Nuevo Documento	Nueva Edición	Nuevo Documento	Nueva Edición	Nuevo Documento
Nuevos Procedimientos	11	0	6	0	1	0	2	0		
Nuevas Políticas	0	4	1	3	2	0	2	3		
Nuevos Manuales	1	0	2	0	1	0	0	0	1 ²	0

Fuente: Unidad de Calidad y Acreditaciones

¹ Durante el 2017-18, se realizó una revisión de la totalidad de procedimientos y políticas de la Escuela. Se explica a continuación.

² Manual de Calidad, Ed.09. Fue aprobado el 03-10-2018, recogiendo todo el trabajo realizado en la revisión indicada, que se realizó durante el 2017-18.

PROYECTO DE MEJORA DEL SISTEMA DE GESTIÓN:

ESIC propone en su Plan Estratégico “Compromiso 2020”, en materia de Calidad en Gestión y Formación, las siguientes propuestas que fueron aprobadas, entre otras:

- Revisión del Sistema documental de Calidad de las áreas de Grado y Postgrado, así como de Procedimientos Institucionales con el objetivo de simplificar y ser más eficientes salvaguardando los requisitos a cumplir por legislación y/o acreditaciones/certificaciones que lo requieran.
- Creación del Sistema documental de Calidad en el área ICEMD, bajo el Sistema único de Calidad.

Para acometer la consecución de las anteriores propuestas, se propone un Proyecto de Mejora del Sistema de Gestión, que consiste en la renovación de los procedimientos y políticas, según áreas, que se conforman en comisiones de trabajo:

- Comisión de Trabajo Grado.
- Comisión de Trabajo Postgrado.
- Comisión de Trabajo ICEMD.
- Comisión de Trabajo Institucional: Secretaría General.
- Comisión de Trabajo Institucional: Desarrollo de Negocio.
- Comisión de Trabajo Institucional: Customer Experience.

Las fases de la renovación de procedimientos y políticas son:

- 1.- Revisión de procedimiento vigente o elaboración de nuevo procedimiento por parte del responsable del mismo, con el apoyo de la Unidad de Calidad y Acreditaciones, que realiza la función de revisión de los mismos.
- 2.- Presentación de nuevas ediciones o nuevos procedimientos ante la Comisión de trabajo correspondiente, que aporta sugerencias de mejora a los mismos.
- 3.- Presentación de nuevas ediciones o nuevos procedimientos ante los grupos de interés (alumnado, PAS, PDI, antiguos alumnos, etc.), que aportan sugerencias de mejora a los mismos.
- 3.- Reelaboración de los mismos, según las anteriores sugerencias, y nueva presentación ante la Comisión de trabajo correspondiente.
- 4.- Aprobación y firma de los mismos por parte de quién corresponda.

Se presenta, a continuación, datos sobre los resultados de la renovación de procedimientos/políticas en Postgrado, que afectan al título:

	Nueva Edición	Nuevo Documento
Procedimientos	5 ¹	1
Políticas	5 ²	2

¹ Un procedimiento común con el área de Grado.

² 3 políticas comunes al área de Grado.

Análisis de Datos y Conclusiones: Buena implementación y actualización de los documentos del Sistema de Calidad sobre el que se encuentra la titulación y que aporta una garantía a la titulación en su desarrollo.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

7.3. COMISIÓN DE LA TITULACIÓN

La Comisión Académica de Titulación de Grado o Posgrado es el órgano responsable de la Garantía de Calidad de la Titulación. Puede verse más información en el siguiente enlace:

WEB: https://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=garantia_comision

A continuación, se describen las ACTAS de las Reuniones realizadas por la Comisión:

ACTA 1:

Fecha: 13/03/2018

Hora: 17:30h.

Duración: 1h.

Asistentes: Hay quórum.

Conclusiones:

1. Se resalta la importancia de la Comisión de Titulación tanto por el compromiso con los certificadores como por la exigencia de calidad del título.

2. Se hace una comparativa del número de alumnos del año pasado con respecto a este, en el que ha incrementado un 64% del alumnado. Se describen los perfiles de este año.

3. Se destaca que no se realizan encuestas a profesores y que no son representativas.

El índice de calidad es alto y se han revisado los casos de valoración con puntuación inferior a un 8.

Respecto a las encuestas, el delegado comenta que el sistema no es operativo. Carmen Picazo, como asesor externo propone un servicio que consiste en un email molesto que recuerda por email la programación de la encuesta hasta que la completan.

La coordinadora del máster, María Guijarro propone que las encuestas lleguen nada más acabar el seminario.

Se estudiarán diferentes opciones para dar respuesta a este problema.

El delegado de la clase anima a que se utilicen más los ordenadores y que las prácticas que se hacen en ordenador no se hagan en grupo, sino también individuales.

4. Respecto al Departamento de prácticas, según el acta del 16 de enero, el departamento de prácticas actuaba con lentitud y actualmente ha mejorado y cambiado, los alumnos están contentos y solo hay dos personas actualmente que no están haciendo prácticas.

5. Las tutorías del TFM han comenzado y hasta el momento se han hecho 2 tutorías. El sentimiento general es muy bueno con los tutores y proyectos.

6. Respecto a la conexión a internet, ha mejorado.
 7. Las realidades empresariales tienen un formato correcto y hay más interacción que en las primeras.
 8. Se informa a la comisión de que el módulo 8 no se realizará en este curso académico.
 9. Se pregunta al alumnado si recomendarían el máster, y el delegado responde que sí, por la cercanía con los profesores y personal de la casa, siente que está aprendiendo mucho. El sentido general es bueno, hay un gran ambiente en clase, cercano y amistoso, pero piden más práctica.
-

ACTA 2:

Fecha: 13/06/2018

Hora: 17:30h.

Duración: 50min.

Asistentes: Hay quórum.

Conclusiones:

1. Se hace referencia de nuevo a la baja tasa de respuesta a las encuestas por parte del alumnado. Los delegados creen que el sistema es poco amistoso y fomenta el olvido de la respuesta. Si hubiera un sistema en el que las encuestas se realizaran en el acto, la tasa de respuesta sería mayor. Los alumnos están contentos con el profesorado y las encuestas son buenas, a pesar de no ser representativas la mayoría.
 2. Las notas de los alumnos son buenas, las medias son muy altas. Se pregunta a los delegados por la satisfacción del programa. En general la satisfacción es buena y los comentarios son muy positivos. Los contenidos y la estructura del máster se adecúan, aunque en ciertos momentos echaron en falta más práctica. Para otra parte minoritaria de la clase, procedente del mundo del marketing, se esperaban más parte digital.
 3. Los comentarios sobre el módulo de Generación de Modelos de Negocio son excelentes.
 4. Todos los alumnos están haciendo prácticas y están satisfechos, así como con los tutores del TFM, aunque hay algún caso que va más retrasado que otro. Agradecerían más tiempo entre el fin del máster y la exposición del TFM.
 5. Respecto a aspectos técnicos como el aire acondicionado y la conexión a internet, estos problemas se han resuelto adecuadamente.
-

7.4. COMITÉ ACADÉMICO DE POSTGRADO

El Comité Académico de Postgrado se reúne periódicamente y las Actas de las Reuniones realizadas por el Comité están en el Área Académica de Postgrado, bajo custodia y responsabilidad del Director de Postgrado.

7.5. REUNIONES OTROS EQUIPOS

Para facilitar la coordinación entre la Dirección del Área, las Direcciones de los Títulos, el Personal Docente y el Personal No Docente, se llevan a cabo distintas reuniones a lo largo del curso académico, entre ellas: reuniones de Coordinación Docente Horizontal y Vertical. También, tanto las Direcciones de

INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital [MMGD]

CURSOS ACADÉMICO 2016-17 y 2017-18

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

los títulos como la Dirección del Área, llevan a cabo reuniones con los Delegados (representantes de los alumnos).

7.6. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

La evaluación es continua para las diferentes asignaturas del Máster, que, aunque supone un aumento de trabajo para profesores y alumnos, hace que este trabajo sea más efectivo y los resultados académicos sean mejores. La Primera Matrícula supone dos convocatorias, Ordinaria y Extraordinaria; a partir de ahí el alumno opta a Segunda Matrícula y posteriores.

7.6.1. TASAS DE APRENDIZAJE

	2016-17	2017-18	Variación
Tasa de Presentación (presentados/matriculados)	86%	99%	15,22
Tasa de Superación (aprobados/presentados)	100%	100%	0,00
Tasa de Rendimiento (aprobados/matriculados)	86%	99%	15,22

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

CALIFICACIONES 2017-18:

Asignatura	Calificación Media	Desviación típica
Dirección de Empresas	7,68	0,58
Marketing Estratégico	9,21	0,31
Inteligencia Competitiva	8,11	0,44
Medios actuales y emergentes	8,64	0,45
Comercio electrónico	8,29	0,63
Web Marketing	9,13	0,35
Nuevos Modelos de Negocio en el Ámbito Digital	8,27	0,61
Habilidades y Herramientas para la investigación ¹	/	/
Prácticas en empresas (Practicum)	8,56	1,91
Trabajo Fin de Máster	7,33	1,94
FINAL [media ponderada según ECTS]	8,36	

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

¹ Ningún alumno, en ambas ediciones se ha matriculado de la asignatura optativa "Habilidades y Herramientas para la investigación".

	2016-17	2017-18	Variación
FINAL [media ponderada según ECTS]	7,90	8,25	4,40

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

A continuación, se presentan las **TASAS AVAP**, calculadas según Protocolo de Seguimiento. Evaluación para el seguimiento de títulos universitarios. Agencia Valenciana de Evaluación i Prospectiva [AVAP].

	2016-17	2017-18
Tasa de Rendimiento (ISV1)	86%	96%
Tasa de Abandono (ISV2)	14%	4% ²
Tasa de Eficiencia de los Graduados (ISV3)	100%	100%
Tasa de Graduación del Título (ISV4)	86%	96%
Tasa de relación Oferta-Demanda (IAV1)	46%	85%
Tasa de Matriculación (IAV4)	40%	66%
Tasa de PDI Doctor (IAV2)	41%	39%

INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital [MMGD]

CURSOS ACADÉMICO 2016-17 y 2017-18

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

Tasa PDI a tiempo Completo (IAV3)	24%	22%
Tasa de Presentación	86%	96%

¹ Se incluye la tasa de presentación, recomendación del Informe de Renovación de la Acreditación del título 2016 (R1).

² Tasa de Abandono provisional, la fórmula indica "que no se han matriculado en dicho título T en los cursos X+1 y X+2". Los Alumnos que no se graduaron al finalizar el curso académico 2016-17 y 2017-18, se presentarán en este curso académico a sus asignaturas no superadas.

Análisis de Datos y Conclusiones: Se observa un incremento de la nota media. Los alumnos comentan que hay una sana competitividad entre los distintos grupos para ver quien hace mejor las presentaciones.

Propuestas de Mejora al Indicador: No Procede.

7.6.2. ANÁLISIS DE LA EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Presentación de análisis de los resultados de aprendizaje 2017-18 según la "Tabla 2. Resultados académicos en las asignaturas que conforman el plan de estudios"¹ de la Guía de evaluación ReAcredita para la renovación de la acreditación de títulos universitarios oficiales de grado y máster de la Agencia Valenciana de Evaluación i Prospectiva [AVAP].

Asignatura	Total estudiantes matriculados	Porcentaje de estudiantes en primera matrícula	Tasa de rendimiento de la asignatura	Porcentaje de suspensos
Dirección de Empresas	22	100%	100%	0%
Marketing Estratégico	22	100%	100%	0%
Inteligencia Competitiva	22	100%	100%	0%
Medios actuales y emergentes	22	100%	100%	0%
Comercio electrónico	22	100%	100%	0%
Web Marketing	22	100%	100%	0%
Nuevos Modelos de Negocio en el Ámbito Digital	22	100%	100%	0%
Habilidades y Herramientas para la investigación ¹	22	100%	100%	0%
Prácticas en empresas (Practicum)	22	100%	100%	0%
Trabajo Fin de Máster	23	100%	4%	4%

Asignatura	Total estudiantes matriculados	Porcentaje de no presentados	Tasa de éxito de la asignatura	Porcentaje de aprobados en primera matrícula sobre el total de matriculados en primera matrícula
Dirección de Empresas	22	0%	100%	100%
Marketing Estratégico	22	0%	100%	100%
Inteligencia Competitiva	22	0%	100%	100%

INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital [MMGD]

CURSOS ACADÉMICO 2016-17 y 2017-18

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

Medios actuales y emergentes	22	0%	100%	100%
Comercio electrónico	22	0%	100%	100%
Web Marketing	22	0%	100%	100%
Nuevos Modelos de Negocio en el Ámbito Digital	22	0%	100%	100%
Habilidades y Herramientas para la investigación ¹	22	0%	100%	100%
Prácticas en empresas (Practicum)	22	0%	100%	100%
Trabajo Fin de Máster	23	4%	96%	96%

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

¹ La información referida a los indicadores de rendimiento (columnas a partir de tasa de rendimiento en adelante) excluye a los estudiantes cuyos créditos en esta asignatura hayan sido reconocidos, adaptados o convalidados. La tasa de rendimiento de la asignatura indica el porcentaje de estudiantes que superan la asignatura sobre el total de estudiantes matriculados (independientemente de que se presenten a la evaluación de la misma). La tasa de éxito de la asignatura indica el porcentaje de estudiantes que la superan sobre el total de estudiantes que se presentan a la evaluación de la misma.

Análisis de Datos y Conclusiones: Se producen en todas las asignaturas una curva normal.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.


7.6.3. EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS DEL TÍTULO

A partir de la Calificación Media obtenida en las diferentes Asignaturas que componen el Plan de Estudios, y en base a la matriz relacional de Asignaturas y Competencias, se obtiene la siguiente calificación para cada Competencia del Título.

INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital [MMGD]

CURSOS ACADÉMICO 2016-17 y 2017-18

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL  **ESIC**

Asignatura	ECTS	Semestre	Nota Media	Nota Media según ECTS	Competencias Generales								
					CG1	CG2	CG3	CG4	CG5	CG6	CG7	CG8	CG9
Dirección de Empresas	6	1	7,68	0,70	1	1	1	1	1	1	1		1
Marketing Estratégico	6	1	9,21	0,84	1	1	1	1	1	1	1		1
Inteligencia Competitiva	6	1	8,11	0,74	1	1	1	1	1	1	1		1
Medios actuales y emergentes	6	1	8,64	0,79	1	1	1	1	1	1			1
Comercio electrónico	4,5	1	8,29	0,57	1	1	1	1	1	1			1
Web Marketing	4,5	1	9,13	0,62	1	1	1	1	1	1			1
Nuevos Modelos de Negocio en el Ámbito Digital	6	2	8,27	0,75	1	1	1	1	1	1	1		1
Habilidades y Herramientas para la investigación	6	2		0,00		1	1	1	1	1	1	1	1
Prácticas en empresas (Practicum)	9	2	8,56	1,17	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Trabajo Fin de Máster	12	2	7,45	1,35	1	1	1	1	1	1	1	1	1
					8,27	8,27	8,27	8,27	8,27	8,27	8,14	7,93	8,27

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC


CONTINÚA EN LA PÁGINA SIGUIENTE

En las casillas color azul claro se presentan las Calificaciones medias según cada Competencia.

INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital [MMGD]

CURSOS ACADÉMICO 2016-17 y 2017-18

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL  **ESIC**

Asignatura	ECTS	Semestre	Nota Media	Nota Media según ECTS	Competencias Específicas											
					CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8	CE9	CE10	CE11	CE12
Dirección de Empresas	6	1	7,68	0,70	1	1	1	1	1	1	1				1	1
Marketing Estratégico	6	1	9,21	0,84	1	1	1	1	1		1	1	1		1	
Inteligencia Competitiva	6	1	8,11	0,74	1	1	1	1	1	1				1		
Medios actuales y emergentes	6	1	8,64	0,79		1		1				1	1		1	
Comercio electrónico	4,5	1	8,29	0,57		1		1							1	
Web Marketing	4,5	1	9,13	0,62		1		1				1	1			
Nuevos Modelos de Negocio en el Ámbito Digital	6	2	8,27	0,75	1	1	1	1	1	1	1				1	
Habilidades y Herramientas para la investigación	6	2		0,00		1										
Prácticas en empresas (Practicum)	9	2	8,56	1,17	1	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1
Trabajo Fin de Máster	12	2	7,45	1,35	1	1	1	1	1						1	1
					8,14	8,27	8,14	8,27	8,14	8,02	8,45	8,83	8,83	8,38	8,21	7,87

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

En las casillas color azul claro se presentan las Calificaciones medias según cada Competencia.

CALIFICACIONES SEGÚN TIPO DE COMPETENCIAS:

MEDIAS POR COMPETENCIAS	2016-17	2017-18	Variación
Media Competencias Generales	7,54	8,22	8,99
Media Competencias Específicas	7,54	8,30	10,02
Media TODAS Competencias	7,55	8,26	9,43

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones: Se observa una tendencia constante en las calificaciones alcanzadas por los alumnos en los diferentes cursos académicos y en valoraciones medias cercanas o superiores a 8 (adecuadas) en todas las competencias.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

7.6.4. EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS A NIVEL MECES

Las MECES 2007 son:

MECES Generales	
MEGE01	Desde el respeto a los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas relacionadas con dichos derechos.
MEGE02	Desde el respeto y promoción de los Derechos Humanos y los principios de accesibilidad universal y diseño para todos de conformidad con lo dispuesto en la disposición final décima de la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de Igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas relacionadas con dichos derechos y principios.
MEGE03	De acuerdo con los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos, y debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas relacionadas con dichos valores.

MECES Específicas	
MEMA1	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
MEMA02	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
MEMA03	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que las sustentan– a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
MEMA04	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje.
MEMA05	Que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Una vez obtenida la calificación de cada Competencia, y en base a la matriz relacional de Competencias con MECES, se obtiene las siguientes calificaciones para cada Nivel MECES:

INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital [MMGD]

CURSOS ACADÉMICO 2016-17 y 2017-18

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

Competencia	Media	MEGE01	MEGE02	MEGE03	MEMA01	MEMA02	MEMA03	MEMA04	MEMA05
CG1	8,27				1	1	1	1	1
CG2	8,27				1		1	1	1
CG3	8,27		1		1	1		1	
CG4	8,27	1	1	1	1	1	1	1	1
CG5	8,27				1	1	1		
CG6	8,27		1			1	1		
CG7	8,14	1			1	1	1		
CG8	7,93	1			1	1			
CG9	8,27			1	1	1		1	1
CE1	8,14				1			1	
CE2	8,27				1	1			1
CE3	8,14					1		1	1
CE4	8,27	1	1	1		1			
CE5	8,14					1	1	1	1
CE6	8,02				1		1	1	
CE7	8,45				1	1		1	
CE8	8,83				1			1	1
CE9	8,83								
CE10	8,38	1	1	1			1		
CE11	8,21	1	1	1			1		
CE12	7,87	1	1	1	1	1	1		
		8,15	8,22	8,21	8,23	8,20	8,19	8,28	8,31

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

En las casillas color azul claro se presentan las Calificaciones medias según cada MECES.

CALIFICACIÓN MEDIA SEGÚN MECES 2007:

MEDIA POR COMPETENCIAS	2016-17	2017-18	Variación
Media MECES Generales	7,46	8,20	9,83
Media MECES Específicas Máster	7,58	8,24	8,81
Media todas MECES	7,53	8,23	9,19

Fuente: Unidad de Títulos de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones: Se observa que las valoraciones medias de MECES son adecuadas con calificaciones por encima de 8 puntos (adecuado).

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

7.7. GESTIÓN DE SUGERENCIAS Y RECLAMACIONES

El Proyecto de Mejora Continua en ESIC Business & Marketing School es un proyecto que implica a todos, desde los estudiantes/participantes de actividades, profesores, empresas, personal, proveedores, etc., es decir, a todos los grupos de interés vinculados.

BUZÓN DE SUGERENCIAS WEB: http://www.esic.edu/calidad/buzon_virtual.php

Proceso de Reconocimiento y Sugerencias: http://www.esic.edu/calidad/pdf/proceso_sugerencias_E.pdf

INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital [MMGD]

CURSOS ACADÉMICO 2016-17 y 2017-18

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

Algunas de las mejoras llevadas a cabo en ESIC que han surgido del Buzón Virtual o de las propias reuniones de mejora del área por parte de los alumnos, se exponen a continuación:

7.7.1. RECONOCIMIENTOS POR CAMPUS (QUEJAS, FELICITACIONES O SUGERENCIAS)

		2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18
Área Académica	Nº Sugerencias	0	0	0	0	0
	Nº Felicidades	0	0	0	0	0
	Nº Quejas	0	2	0	1	0
	Nº Peticiones/Consultas	0	0	0	0	0
Área Servicios-Gestión	Nº Sugerencias	0	0	0	0	0
	Nº Felicidades	0	0	0	0	0
	Nº Quejas	0	0	0	1	1
	Nº Peticiones/Consultas	0	0	0	0	0
TOTAL	Nº Sugerencias	0	0	0	0	0
	Nº Felicidades	0	0	0	0	0
	Nº Quejas	0	2	0	2	1
	Nº Peticiones/Consultas	0	0	0	0	0

Fuente: Unidad de Calidad y Acreditaciones de ESIC

RECONOCIMIENTOS POR ÁREA

Con objeto de facilitar la comparación con los Reconocimientos del título, se presentan a continuación los del Área de Postgrado:

		2013-14	2014-15	2015-16	2016-17	2017-18
Área Académica	Nº Sugerencias	0	0	1	7	0
	Nº Felicidades	7	0	0	0	0
	Nº Quejas	0	2	2	2	0
	Nº Peticiones/Consultas	0	0	0	0	0
Área Servicios-Gestión ¹	Nº Sugerencias	2	0	5	3	4
	Nº Felicidades	0	0	0	0	0
	Nº Quejas	2	1	16	3	4
	Nº Peticiones/Consultas	3	4	0	0	0
TOTAL	Nº Sugerencias	2	0	6	10	4
	Nº Felicidades	7	0	0	0	0
	Nº Quejas	2	3	18	5	4
	Nº Peticiones/Consultas	3	4	0	0	0

Fuente: Unidad de Calidad y Acreditaciones de ESIC

¹ En los diferentes cursos académicos el mayor número de Quejas en Servicios-Gestión se refieren al funcionamiento de Internet/WiFi. En 2015-16 dichas quejas fueron el 62,5% (10 de 16).

Téngase en cuenta que ESIC tiene Área de Postgrado en la totalidad de sus Campus españoles, por lo que aquí se reflejan datos de todos los Campus.

Análisis de Datos y Conclusiones: Todas las quejas ocasionadas en torno a Wifi han tenido medidas correctivas que ha resueltos los niveles de servicios. El número de dispositivos en el centro está en aumento y la red Wifi está abierta por tanto los dispositivos conectados a la red se han aumentado exponencialmente. La comisión ha evidenciado el correcto seguimiento y cierre de las quejas por parte de la Unidad de Calidad, así como de las áreas implicadas.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

7.8. GESTIÓN DE SATISFACCIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas que miden la satisfacción de los grupos de interés con distintos aspectos. Debido a la ejecución del Plan de Encuestas 2017-18, todavía en curso, se presentan resultados del 2017-18, y del 2016-17, para aquellas encuestas sobre las que todavía no se tienen resultados del último curso académico. Se presentan, en cuanto a la satisfacción del PDI y PAS con infraestructuras y clima laboral, la última encuesta realizada en 2015.

7.8.1. SATISFACCIÓN DE LOS ALUMNOS

SATISFACCIÓN DE LOS ALUMNOS CON EL PROFESORADO

La Encuesta de Valoración Docente consta de los siguientes apartados, que valoran la Actividad Docente:

- Planificación.
- Desarrollo.
- Resultados e Innovación.
- Valoración global.

Resultados 2017-18. El Porcentaje de Representatividad es de 28,44. Se está trabajando para mejorar la tasa de respuesta de los alumnos. La Media Global ponderada es 8,59. En cuanto a las Desviaciones Típicas de cada uno de los ítems, oscilan entre 0,69 y 3,72, habiendo únicamente dos casos en los que se supera el 2,5. Los ítems con medias más altas son: el profesor muestra respecto ante los comentarios y opiniones de los alumnos, se muestra accesible y receptivo con los alumnos a la hora de resolver dudas fuera del aula.

	2016-17	2017-18
Media Valoración Docente	8,63	8,70

Fuente: Unidad de Títulos de Postgrado de ESIC

SATISFACCIÓN DE LOS ALUMNOS CON LA TITULACIÓN

Se realiza la Encuesta de Satisfacción Final con la Titulación a los alumnos de la edición 2017-18. En dicha edición, la Tasa de Respuesta ha sido del 54,17%, que se considera representativa pero mejorable. Sobre las Desviaciones de los Resultados: el 25,58% de los ítems de la encuesta tienen Medias con una desviación superior a 2,5, aunque dichas Medias se consideran poco representativas, la mayoría sí se consideran representativas.

Aspectos mejor valorados: Potenciación de la carrera profesional/empleabilidad del alumno, Formación en trabajo en equipo, actividades de acogida, Personal Docente y criterios de evaluación, todas con medias superiores a 8. Otros aspectos relevantes, con medias superiores a 7, son: Fortalecer e incrementar mis conocimientos/habilidades, Aprendizaje a través de compañeros, Despertar inquietudes emprendedoras, Documentación y Potenciación de red de contactos en el mundo empresarial. Las Instalaciones y Servicios de ESIC son valorados con una media del 6,65, aquellos aspectos por debajo del 5 (Venta de libros, salas de trabajo) tienen una desviación típica alta, por lo que habría que dichas respuestas no se consideran representativas.

Aquellas variables con Media por debajo de 5, deben ser analizadas y se recomienda llevar a cabo un seguimiento de su Mejora: Equilibrio teórico/práctico. Sin embargo, la desviación típica se considera Alta, y por lo tanto la media representativa se considera baja.

Análisis de Datos y Conclusiones: Se evidencia diferencia de opiniones en algunas de las variables analizadas con desviaciones por encima de 2,5 por lo que los valores medios no son concluyentes para promover una mejora, pero si para analizar que puede haber ocurrido.

Propuestas de mejora al indicador: No procede.

7.8.2. SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS

Se lleva a cabo un estudio en LinkedIn, 1ª red profesional por número de contactos y notoriedad entre perfiles profesionales, accediendo a la información contenida en dicha red para nuestros egresados, con el fin de recabar información sobre su Inserción Laboral.

Los resultados que arroja el estudio en LinkedIn se consideran fiables en cuanto a su representatividad, y verídicos, ya que los mismos son contrastables a través de la propia web. De los datos analizados sobre empleabilidad del título, se extraen las siguientes conclusiones:

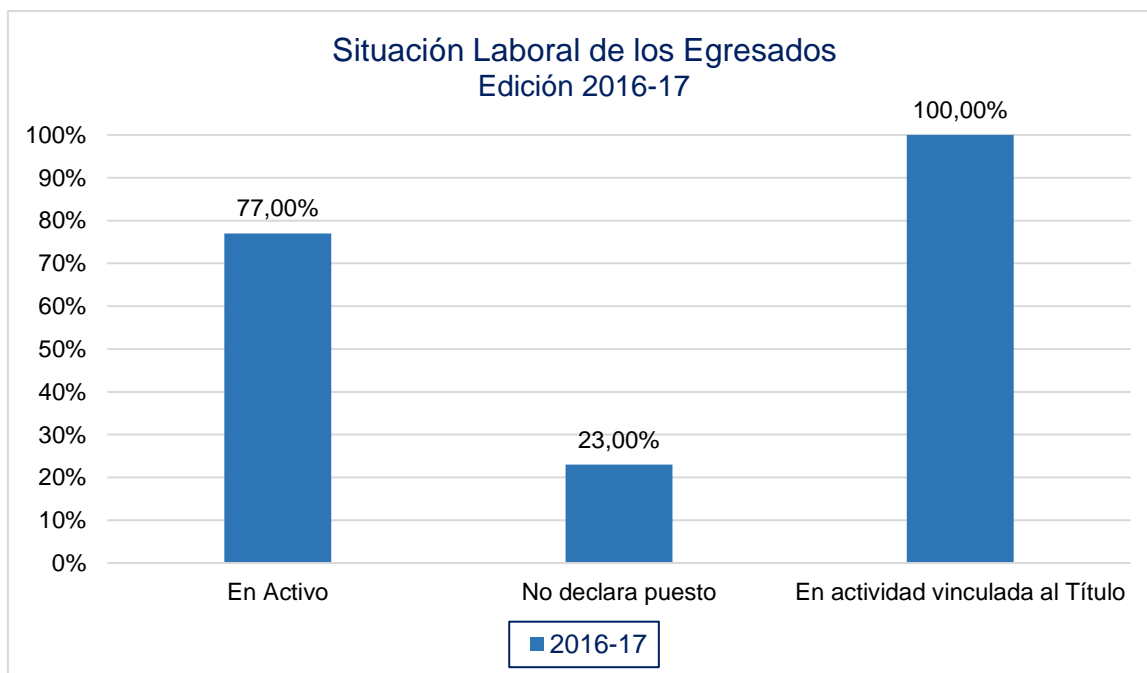
- Existe un alto grado de actualización en general de los CV de egresados/as, analizados a través de LinkedIn. Es por ello que se plantea como una herramienta de acceso a conocer la empleabilidad de los/las mismos/as.
- LinkedIn permite un acceso a un alto grado de egresados/as por promoción, asumiendo que existe un grado muy elevado de actualización de la información de los CV por parte de los mismos.
- Contacto telefónico: Se ha contactado con los egresados que no dispongan de perfil en la red social o no muestren actividad reciente en dicha red.

UNIVERSO DE ESTUDIO: Egresados/as del título del curso académico: 2016-17.

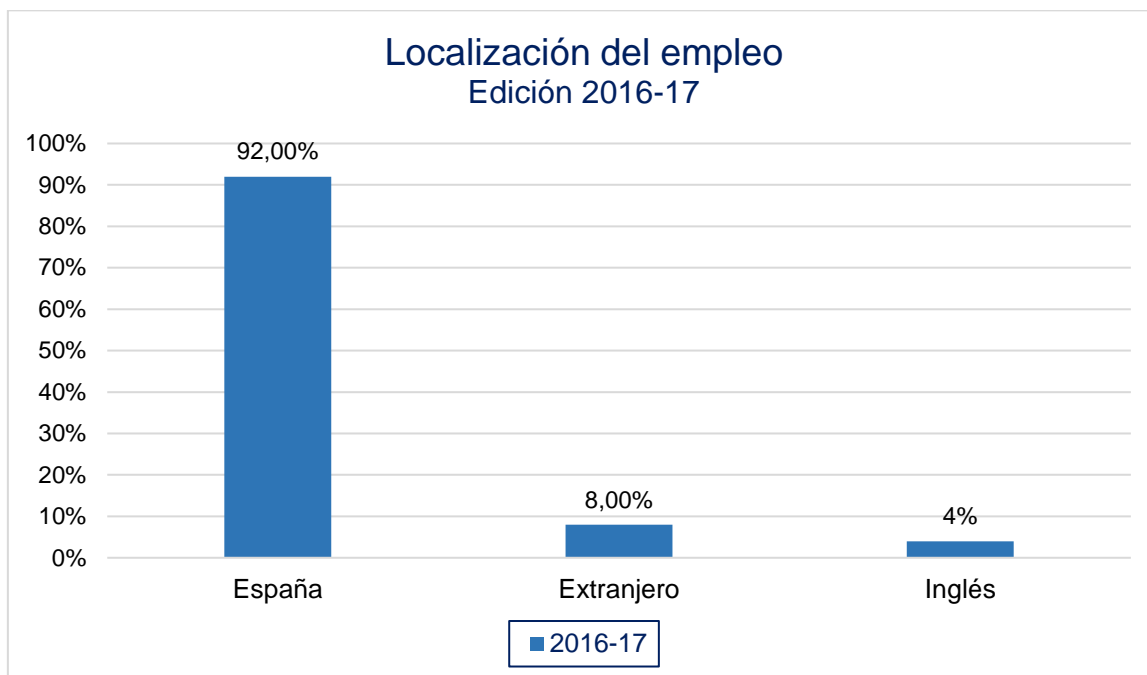
MUESTRA: Egresados/as en 2017: De un total de 14 egresados/as, 13 han sido localizados a través de la red.

PERÍODO TEMPORAL: Octubre 2018.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos:



Se puede observar que el grado de empleabilidad de la promoción es alto (77% declarado). El grado de actividad laboral vinculada a la Titulación es del 100%.



El grado de actividad laboral fuera de España es de 8%. Podemos concluir que existe una mayor tendencia a la localización del empleo en el extranjero conforme se aumenta la antigüedad laboral desde el año de promoción. Este dato debería contrastarse con el grado de extranjeros en la promoción.

Análisis de Datos y Conclusiones: Se evidencia un grado adecuado de empleabilidad según se emana del informe de inserción laboral.

Propuestas de Mejora al Indicador: No Procede.

7.8.3. SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DOCENTE

SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DOCENTE CON LA TITULACIÓN

La Encuesta de Satisfacción del Personal Docente con la Titulación fue implantada en el curso 2014-15. La Tasa de Respuesta para este curso 2016-17 ha sido del 55,26%, que se considera adecuado. Las Medias de cada uno de los ítems (15 en total) varían entre 7,48 y 9,60. La Media de Satisfacción del Profesorado es 8,80 (s=0,53).

TABLA DETALLE DE ÍTEMS:

Preguntas		Media	Desv. Típica
1	¿Ha sido posible desarrollar todo el temario teórico previsto?	9,10	2,23
2	¿Ha sido posible desarrollar las actividades prácticas previstas?	9,10	2,23
3	¿Se han desarrollado las tutorías?	9,60	3,36
4	¿Han asistido la mayoría de los estudiantes regularmente a clase?	8,81	2,40
5	¿Le parece que los conocimientos previos del alumno son adecuados para el aprendizaje de la materia?	8,19	2,51
6	Libros de consulta en la Biblioteca o entregados al Alumno	8,71	2,49
7	Documentaciones accesibles en formato electrónico	8,81	2,32
8	Servicio de datos fijos (accesibilidad a ordenadores, calidad de los equipos, acceso a red, etc.)	8,29	2,32
9	Servicios de datos móviles (WIFI) (cobertura, facilidad de conexión, etc.)	7,48	2,72
10	Aula	8,48	2,24
11	Salas de Reuniones y/o Despachos	9,00	2,42
12	¿Ha realizado las actividades de evaluación previstas?	9,15	2,98
13	¿Cree que el seguimiento docente y/o la evaluación continua han servido para mejorar los resultados de la materia?	9,00	2,40
14	¿Valore cuantos alumnos se han presentado a la evaluación de la última convocatoria?	9,48	2,94
15	¿Está satisfecho con los resultados logrados en su materia en la última convocatoria cursada?	8,81	2,40

INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital [MMGD]

CURSOS ACADÉMICO 2016-17 y 2017-18

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

Fuente: ICEMD – Instituto de Economía Digital de ESIC

¹ En verde los ítems mejor valorados.

Análisis de Datos y Conclusiones: Como se muestran los resultados son satisfactorios de acuerdo a la opinión de los propios profesores.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede

SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DOCENTE CON LAS INFRAESTRUCTURAS E INSTALACIONES

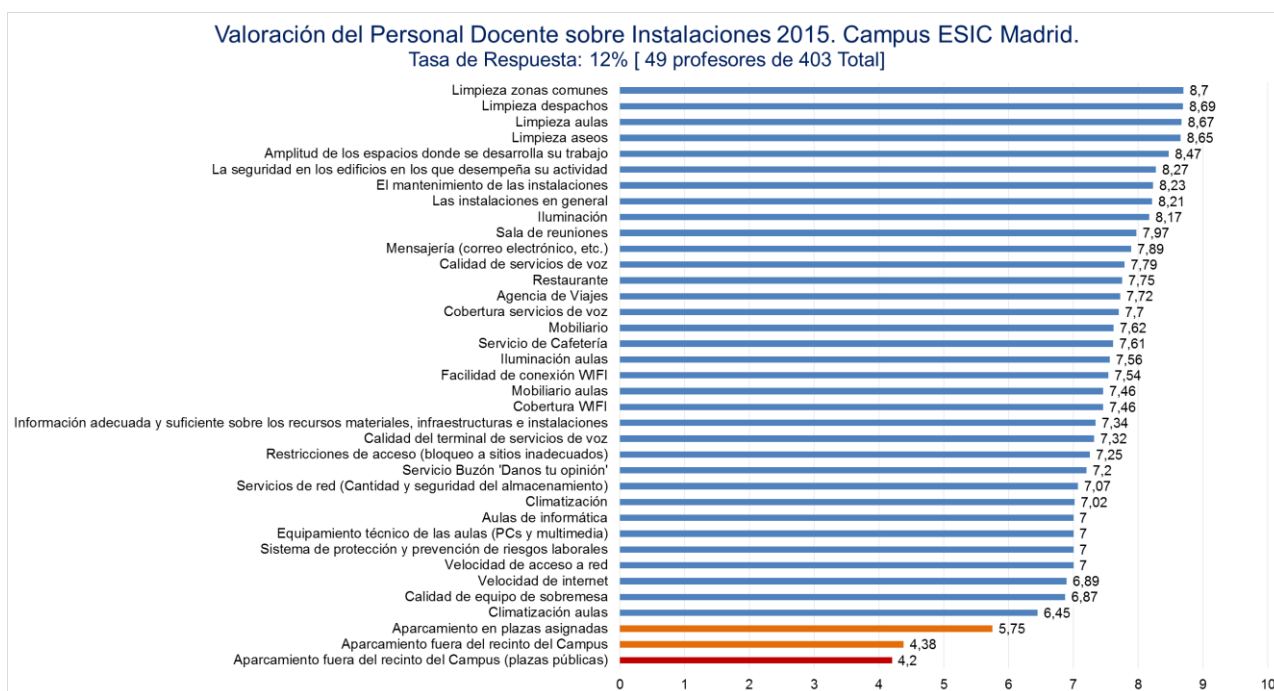
Durante el año 2015 se realizó una encuesta dirigida al Personal Docente con el objetivo de valorar las Infraestructuras e Instalaciones del Campus de Pozuelo. El índice de respuesta fue del 12%, lo que considera insuficiente, y por tanto una Tasa No Representativa. La satisfacción media (promedio de los 37 ítems incluidos en el cuestionario) se situó sobre el 7,40.

Las variables mejor valoradas fueron aquellas relacionadas con la limpieza y mantenimiento del Campus. Otros aspectos destacados fueron la Calidad de los Servicios: Cafetería, Restaurante, Servicios de Voz, entre otros. Deben estudiarse aquellos aspectos sobre los que se preguntaron y cuyas desviaciones son superiores a 2, por lo que se recomienda análisis y seguimiento de estos ítems, por ejemplo: Aparcamiento y Conexiones de red.

TABLA DETALLE DE ÍTEMS:

	Preguntas	Media	Desviación Típica
1	Amplitud de los espacios donde se desarrolla su trabajo	8,47	1,59
2	Iluminación	8,17	1,41
3	Climatización	7,02	1,99
4	Cobertura servicios de voz	7,7	1,75
5	Calidad de servicios de voz	7,79	1,65
6	Calidad del terminal de servicios de voz	7,32	2,15
7	Calidad de equipo de sobremesa	6,87	2,39
8	Velocidad de acceso a red	7	2,39
9	Servicios de red (Cantidad y seguridad del almacenamiento)	7,07	2,64
10	Mensajería (correo electrónico, etc.)	7,89	2,12
11	Cobertura WIFI	7,46	1,82
12	Facilidad de conexión WIFI	7,54	1,94
13	Velocidad de internet	6,89	2,48
14	Restricciones de acceso (bloqueo a sitios inadecuados)	7,25	2,19
15	Mobiliario	7,62	1,95
16	Limpieza aseos	8,65	1,35
17	Limpieza zonas comunes	8,7	1,56
18	Limpieza despachos	8,69	1,5
19	Sala de reuniones	7,97	1,57
20	Servicio de Cafetería	7,61	1,85
21	Restaurante	7,75	1,51
22	Agencia de Viajes	7,72	2,35
23	Aparcamiento fuera del recinto del Campus (plazas públicas)	4,2	2,33
24	Aparcamiento fuera del recinto del Campus	4,38	2,56
25	Aparcamiento en plazas asignadas	5,75	3,11
26	Sistema de protección y prevención de riesgos laborales	7	1,83
27	Servicio Buzón 'Danos tu opinión'	7,2	1,66
28	La seguridad en los edificios en los que desempeña su actividad	8,27	1,22
29	Información adecuada y suficiente sobre los recursos materiales, infraestructuras e instalaciones	7,34	2,05
30	El mantenimiento de las instalaciones	8,23	1,3
31	Las instalaciones en general	8,21	1,15
32	Limpieza aulas	8,67	1,06
33	Equipamiento técnico de las aulas (PC y multimedia)	7	2,34
34	Iluminación aulas	7,56	1,91
35	Climatización aulas	6,45	2,33
36	Mobiliario aulas	7,46	1,87
37	Aulas de informática	7	1,87

Fuente: ICEMD – Instituto de Economía Digital de ESIC



Análisis de Datos y Conclusiones: Como se muestran los resultados son satisfactorios de acuerdo a la opinión de los propios profesores. Igualmente, aquí hay diferentes canales para conocer la opinión de los profesores y proceder a su atención. Hay que prestar atención a los aspectos valorados como parking y la conexión a internet son debidos a que el parking es limitado y el profesorado confluye a la misma hora de tarde cuando más alumnado hay en la zona y ocupan las plazas públicas.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

7.8.4. SATISFACCIÓN DE PERSONAL NO DOCENTE

SATISFACCIÓN DEL PERSONAL NO DOCENTE CON LA TITULACIÓN

La Encuesta de Satisfacción del Personal No Docente con la Titulación fue implantada en el curso 2014-15. La Tasa de Respuesta para el curso 2016-17 ha sido del 60,87%, que se considera suficiente, pero mejorable. Las Medias de cada uno de los ítems (9 en total) varían entre 7,76 y 8,86. La Media de Satisfacción del Personal No Docente es 8,34 (s=1,54).

Los ítems mejor valorados fueron: Relación con los estudiantes, Gestión de procesos administrativos del título (asignación de aulas, de fechas de exámenes, etc.), gestión de los procesos administrativos comunes con la Universidad a la que el título está adscrito (disponibilidad de actas, plazo de matriculación, etc.) y relación con el profesorado. Los resultados de todos los ítems se dan por válidos, pues tienen una Desviación Típica adecuada (todos $s < 1,86$).

TABLA DETALLE DE ÍTEMS:

COMUNICACIÓN Y GESTIÓN	Media	Desv. Típica
Acceso a la información sobre aspectos docentes necesaria para atender a los estudiantes (fechas y requisitos de matriculación, aulas, horarios, etc.)	8,29	1,67
Relación con los estudiantes del título	8,86	1,51
Relación con el profesorado del título	8,36	1,44
Gestión de los procesos administrativos del título (asignación de aulas, de fechas de exámenes, etc.)	8,79	1,86
Gestión de los procesos administrativos comunes con la Universidad a la que el título está adscrito (disponibilidad de las actas, plazo de matriculación, etc.)	8,64	1,29
RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS	Media	Desv. Típica
Recursos materiales y tecnológicos disponibles para prestar servicios al estudiante y/o al profesorado del título	7,93	1,49
Personal de administración suficiente para atender correctamente la gestión administrativa del título	7,86	1,73
Personal de servicios suficiente (Oficina Internacional, Dpto. Prácticas, TIC, etc.) para atender correctamente a estudiantes y/o profesorado del título	8,00	1,51
Nivel de satisfacción general con la gestión de los aspectos académicos-administrativos-servicios del título	8,36	1,34

Fuente: ICEMD – Instituto de Economía Digital de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones: Valoraciones muy adecuadas por encima de 7 puntos (adecuado) con baja dispersión por lo que hay una homogeneidad en las opiniones.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

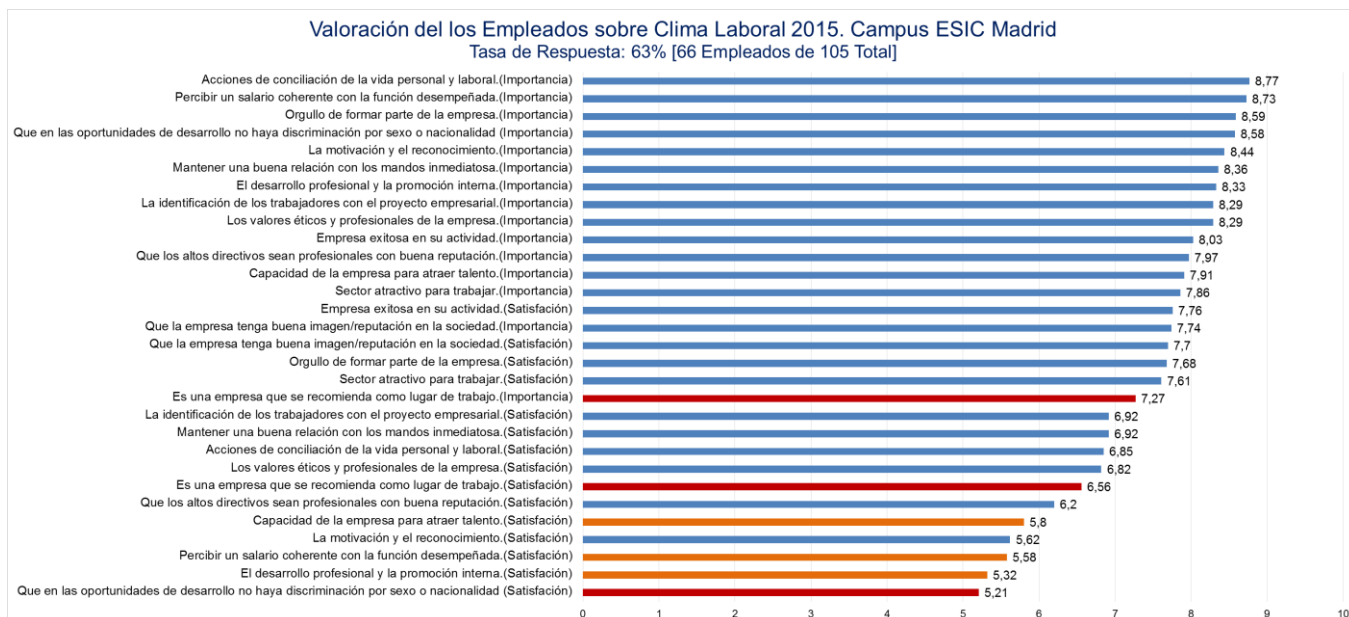
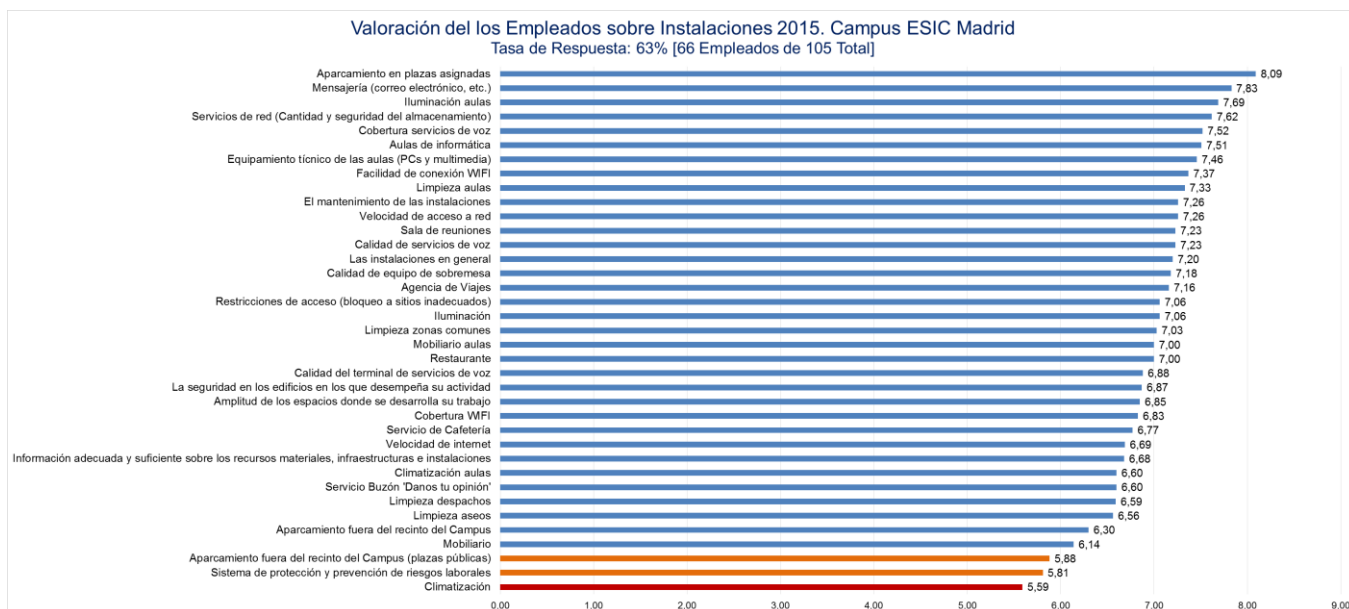
SATISFACCIÓN DEL PERSONAL NO DOCENTE CON LAS INFRAESTRUCTURAS Y CLIMA LABORAL

Durante el año 2015 se diseñó e implementó una encuesta dirigida al Personal No Docente (PAS) con el objetivo de valorar las **Infraestructuras** y **Clima Laboral** de ESIC Madrid, cuyo índice de participación fue del 63%, y la Satisfacción Media (promedio de los 37 ítems incluidos en el cuestionario) se situó sobre el 6,96. Respecto al Clima Laboral (promedio de los 30 ítems incluidos en la encuesta) se obtuvo un 7,39.

Las variables mejor valoradas con respecto a las **Infraestructuras** del Campus fueron aquellas relacionadas con el Aparcamiento en las plazas asignadas y Servicios de red. Otros aspectos destacados fueron: Limpieza, Mantenimiento e Instalaciones en general. Deben estudiarse aquellos aspectos sobre los que se preguntaron y cuyas desviaciones son superiores a 2,5, por lo que se recomienda un seguimiento y análisis de aspectos tales como los relacionados a la Climatización, Mobiliario y Amplitud de los espacios de trabajo.

Con respecto al **Clima Laboral**, el Personal No Docente valora mejor el orgullo de formar parte de la empresa, su identificación con el proyecto de empresa y los valores éticos de la empresa. Se deben analizar aquellos aspectos en los que haya una diferencia de más de 2 puntos entre la importancia dada al ítem y la satisfacción respecto a ese ítem, para plantear posibles mejoras. Dado que la desviación donde se da esta situación es elevada, No es Representativa para el desarrollo de posibles mejoras, aunque se recomienda un seguimiento de dichas variables.

La gestión de la Encuesta y Tabulación de datos ha sido realizada por ICEMD – Instituto de Economía Digital de ESIC.



Análisis de Datos y Conclusiones: Las valoraciones sobre la satisfacción en todas las variables analizadas son adecuadas a salvo de aspectos en los que la dispersión de opiniones es elevada o por la zona de despacho donde se encuentran o por disposición o no de un servicio asignado o no. En términos generales se puede concluir que el personal está satisfecho con el lugar de trabajo y la calidad del mismo.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

7.8.5. SATISFACCIÓN AGENTES EXTERNOS

A través de los Representantes Externos Expertos en las Comisiones de Titulación, las evaluaciones externas realizadas por ANECA, Fundación Madrimasd, AVAP, y evaluadores ISO 9001:2008, junto al Consejo Asesor de ESIC, representado por Directivos de Empresas de reconocido prestigio internacional y nacional, se realiza una revisión continuada de expertos que apoyan la Calidad del programa.

Análisis de Datos y Conclusiones: las valoraciones recibidas han sido siempre recomendaciones de mejoras necesarias o posibles mejoras que se han puesto han sido de utilidad para el título. Por otro lado los empleadores de este título apoyan constantemente y anualmente dando respuesta a los procesos de ranking que sigue ESIC valorando y apoyando los procesos formativos que realiza ESIC. Puede evidenciarse con las posiciones de ESIC en los rankings.

Propuestas de Mejora al Indicador: No procede.

7.8.6. SATISFACCIÓN CON LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

SATISFACCIÓN DE LOS ALUMNOS CON LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

Se presenta a continuación la valoración de los alumnos respecto a la experiencia de prácticas, dentro de la asignatura Prácticas en empresas (Practicum), del Plan de Estudios del Máster en Marketing y Gestión Digital. Para el 2016-17 la Tasa de Respuesta ha sido 35,71%, por lo que se considera No Representativa.

No obstante, se plantea un análisis de datos que debe ser tomado con precaución: las Medias de los ítems (36 en total) varían entre 5,40 y 8,50, en escala de 0 a 10. La Media de Satisfacción Global es de 6,93.

Debe hacerse seguimiento de los aspectos que, si bien tienen una Media aceptable (>6,40) tienen una Desviación Típica superior al 2,5: disponibilidad de medios para el desarrollo de las prácticas, satisfacción general con la empresa o institución donde has realizado las prácticas externas, satisfacción general con el tutor de la empresa o institución, acogida por parte del tutor de la empresa o institución:

Los aspectos mejor valorados, con Medias de superiores al 8, han sido: satisfacción con el ambiente de trabajo, asesoramiento recibido durante el desarrollo de las prácticas.

Con respecto a la Bolsa de Ayuda el 40% había recibido dicha bolsa y con respecto a Recibir una oferta laboral al acabar las prácticas le sucedió al mismo 40%.

TABLA DETALLE DE ÍTEMS:

Preguntas	Media ¹	Desv. Típica
1.- Información recibida sobre los programas de prácticas externas de ESIC	6,00	2,45
2.- Satisfacción con la amplitud de la oferta de prácticas en empresa	5,40	2,58
3.- Información recibida acerca del proyecto formativo de tus prácticas externas (objetivos, actividades a realizar, criterios de evaluación...)	5,80	2,48
4.- Procedimiento de selección y adjudicación de prácticas externas	6,00	2,28
5.- Adecuación del momento de realización de las prácticas externas dentro del Plan de Estudios	6,60	1,02
6.- Gestión y orientación prestada por el Departamento de Prácticas de ESIC	6,40	3,20
7.- Adecuación de la estancia en la empresa o institución en relación con el periodo que estimas conveniente para tu formación práctica	6,20	1,17
8.- Compatibilidad de las prácticas externas con las obligaciones académicas presenciales en la Universidad	6,60	1,36
9.- Utilidad de la información sobre prácticas externas disponible en la web de ESIC	6,20	2,23
10.- Acogida por parte de la empresa o institución en mi incorporación a las prácticas	7,60	1,02
11.- Adecuación de las tareas encomendadas a la titulación cursada	7,40	2,06
12.- Grado de satisfacción con el ambiente de trabajo durante el periodo de prácticas	8,00	2,10
13.- Disponibilidad de medios para el desarrollo de las prácticas	6,80	2,93
14.- Asesoramiento recibido durante el desarrollo de las prácticas externas	8,00	0,63
15.- Atención brindada por el tutor académico cuando has necesitado que te dirigiera en el desarrollo de una tarea	8,33	0,37
16.- Compromiso del tutor académico con el normal desarrollo del proyecto formativo	7,75	0,97
17.- Sistema de evaluación académica de las prácticas externas	7,20	1,47
18.- Acogida por parte del tutor de la empresa o institución	8,00	2,61
19.- Organización de la actividad a desarrollar	7,00	2,28
20.- Información proporcionada sobre la organización y funcionamiento de la empresa o institución y sobre la normativa de interés	7,60	2,50
21.- Formación complementaria que el tutor te ha proporcionado para la realización de las prácticas	7,40	2,33
22.- Atención brindada por el tutor de la empresa o institución cuando has necesitado que te dirigiera en el desarrollo de una tarea	7,20	2,23
23.- Seguimiento y supervisión por parte del tutor de la empresa o institución	7,60	2,50
24.- Adquisición y desarrollo de competencias profesionales	7,40	2,33
25.- Grado de relación entre las competencias adquiridas en la titulación y en las prácticas externas	6,20	1,83
26.- Grado de posibilidad de aplicar en las prácticas los conocimientos adquiridos en tu titulación	6,00	2,19

INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital [MMGD]

CURSOS ACADÉMICO 2016-17 y 2017-18

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

27.- Orientación profesional recibida durante la realización de las prácticas	7,00	2,19
28.- Satisfacción con el cumplimiento del proyecto formativo de las prácticas externas	6,60	2,06
29.- Valor añadido por las prácticas a la formación académica	6,40	2,06
30.- Una vez finalizadas las prácticas externas ¿en qué medida han aumentado tus expectativas de obtener un empleo?	7,00	2,10
31.- Satisfacción general con la empresa o institución donde has realizado las prácticas externas	6,60	3,14
32.- Satisfacción general con el tutor de la empresa o institución	7,20	2,64
33.- Satisfacción general con el tutor académico de ESIC (para prácticas curriculares)	8,50	1,00
34.- Coordinación tutor académico y/o dpto. de prácticas - tutor externo - estudiante	6,20	3,19
35.- Satisfacción general con el Dpto. de Prácticas de ESIC	6,40	3,20
36.- Satisfacción global con las prácticas externas	6,80	1,94

Fuente: ICEMD – Instituto de Economía Digital de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones: Se observa una tasa de respuesta baja en las encuestas a valoración de prácticas por lo que no es concluyente o representativo del conjunto. A pesar de que hay margen para la mejora, no hay aspectos negativos a destacar entre las respuestas. Para un mejor análisis de los datos, es necesario incrementar la tasa de respuesta de las encuestas para futuros años.

Propuesta de mejora al indicador: No procede.

SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES EXTERNOS CON LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

Se presenta a continuación la valoración de los Tutores Externos respecto a la experiencia de tener alumnos ESIC en prácticas, dentro de la asignatura Prácticas en empresas (Practicum), del Plan de Estudios del Máster en Marketing y Gestión Digital. Para el 2016-17 la Tasa de Respuesta ha sido 31,25%, por lo que se considera No Representativa.

No obstante, se plantea un análisis de datos que debe ser tomado con precaución: las Medias de los ítems (15 en total) varían entre 7,6 y 9,4, en escala de 0 a 10, a excepción de un ítem: Referencias de anteriores alumnos ESIC en prácticas, que tiene media de 6,4 (s=3,20). El promedio global es de 8,19.

Los aspectos mejor valorados, con medias superiores a 9, han sido: la adaptación e integración del candidato en la empresa y la duración de las prácticas. Con 8,80 también está muy valorado el perfil del candidato y la resolución de las pruebas de acceso por parte del candidato.

En cuanto a si se ha ofrecido una oferta laboral tras finalizar las prácticas, esto sucedió en el 80% de los casos (4 de 5), un dato muy positivo.

TABLA DETALLE DE ÍTEMS:

Preguntas	Media	Desv. Típica
La adaptación e integración del alumno/s a la empresa / entidad ha sido adecuada	9,40	0,80
La relación entre la formación académica del estudiante y las actividades a desarrollar en las prácticas fueron adecuadas	8,20	0,98
La duración de las prácticas son adecuada/s	9,20	1,17
Valore los sistemas de evaluación aplicados a la práctica	8,20	0,98
De forma global exprese el grado de utilidad del trabajo realizado por el personal en prácticas de ESIC	8,40	0,49
Indique de los siguientes factores que determinaron la contratación en prácticas de alumnos de ESIC frente a candidatos de otras Universidades	8,80	0,98
Perfil del Candidato	6,40	3,20
Referencias de anteriores alumnos en prácticas de ESIC	8,40	1,02
Formación del Candidato (Titulación cursada)	8,80	0,98
Resolución del Candidato en las pruebas de acceso a la Práctica	7,60	1,36
Otras valoraciones	7,60	1,36
La información recibida por parte del Dpto. de Prácticas de ESIC	7,60	1,36
La atención prestada por parte del Dpto. de Prácticas de ESIC	7,60	1,36
La gestión administrativa por parte del Dpto. de Prácticas de ESIC	9,40	0,80
Satisfacción general con el Dpto. de Prácticas de ESIC	8,20	0,98

Fuente: ICEMD – Instituto de Economía Digital de ESIC

SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES ACADÉMICOS CON LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

Se realizó encuesta con el objetivo de conocer la satisfacción de los Tutores Académicos con respecto a las prácticas, dentro de la asignatura Prácticas en empresas (Practicum), del Plan de Estudios del Máster en Marketing y Gestión Digital. La Tasa de Respuesta 2017-18 ha sido del 50%, lo que se considera mejorable (Total 2 tutores).

Las valoraciones que se ha dado a los ítems de la encuesta, arroja Medias entre 3 y 4, en una escala de 0 a 10. El Promedio global de los 11 ítems ha sido de 3,64.

Pese a que las medias representativas son bajas, los ítems se analizarán con detalle y se tendrán en cuenta las sugerencias, con el objetivo de hacer un profundo estudio sobre el porqué de las bajas puntuaciones.

TABLA DETALLE DE ÍTEMS:

Preguntas		Media
1	La información facilitada para la correcta tutorización de las prácticas	3,00
2	La relación entre la formación académica del estudiante y las actividades a desarrollar en las prácticas fueron adecuadas	3,00
3	La adecuada adquisición y desarrollo de competencias profesionales para el estudiante en sus prácticas:	4,00
4	La duración de las prácticas ha sido adecuada	4,00
5	El periodo de realización de las prácticas ha sido adecuado	4,00
6	Adecuada coordinación con el tutor externo (empresa)	2,00
7	De forma global, exprese su satisfacción con las prácticas realizadas por el alumnado	4,00
8	Valore los sistemas de evaluación aplicados (memoria final del alumno, control de asistencia, etc.)	4,00
9	La información recibida	4,00
10	La atención recibida	4,00
11	La gestión administrativa	4,00

Fuente: ICEMD – Instituto de Economía Digital de ESIC

Análisis de Datos y Conclusiones: Se evidencia la necesidad de mejorar el proceso de coordinación académica de prácticas.

Propuestas de mejora al indicador: Se hará una reestructuración del proceso de coordinación de la tutorización de prácticas externas, de tal forma que mejore la comunicación y la relación entre todos los grupos de interés, alumnos, tutores y gestión académica.

Causa: Evidenciamiento de la necesidad de mejorar el proceso de coordinación.

Acciones a Desarrollar: La actuación se centrará en la práctica en la empresa y en la memoria de dicha práctica. Se modificará la ponderación en valoración de la asignatura, dándole mayor valor peso a la opinión del tutor. En la parte de la memoria (Practicum), se revisará la estructura y se ampliarán el número de tutorías a tres.

Responsables: Dirección Académica Postgrado Valencia y Departamento de Prácticas.

Tiempo de Realización: 2018/2019.

Código: 2018.MMGD.002

7.8.7. SATISFACCIÓN CON LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD

Los alumnos del Máster en Marketing y Gestión Comercial no realizaron **Movilidad Outgoing** durante el curso académico 2017-18, ni tampoco alumnos de otras universidades realizaron **Movilidad Incoming** al Título.

SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DOCENTE CON LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD

En el curso académico 2016-17 se realizó encuesta al Personal Docente que había realizado programas de Movilidad para Docencia, arrojando resultados por titulación en la que imparten dichos docentes. Ningún profesor que realizó Movilidad en 2016-17 impartió en la titulación ese mismo año.

INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN
Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital [MMGD]
CURSOS ACADÉMICO 2016-17 y 2017-18
BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

En 2017-18, un profesor de la titulación realizó Movilidad. La satisfacción del mismo se reflejará en este informe próximamente.

8. GRADO DE IMPLANTACIÓN DE LAS RECOMENDACIONES SEÑALADAS EN INFORMES DE EVALUACIÓN EXTERNA

ESIC Business & Marketing School solicita Evaluaciones externas, tanto privadas como oficiales, con carácter voluntario u obligatorio a organismos de Certificación o Acreditación Oficiales o Privados. Estas Evaluaciones cuentan con un proceso inicial de análisis de la Documentación, con posterior Auditoría presencial, y finalizan con elaboración y comunicación del Informe de Evaluación.

Como consecuencia de estas Evaluaciones, se reciben aportaciones relevantes de Mejora por parte de expertos académicos y/o profesionales de la mejora de Gestión de la Calidad.

Además, se recibe el reconocimiento mediante la obtención de Certificado o Acreditación del Modelo de Referencia sobre el que ha sido evaluado. Para mayor información consultar los siguientes enlaces:

WEB: http://www.esic.edu/calidad/proyectos_de_evaluacion.php

WEB: <http://www.esic.edu/institucion-acreditaciones.php?lang=E>

A continuación, se detallan las solicitudes de Modificaciones Necesarias y Recomendaciones de los distintos Informes de evaluación con origen ANECA y AVAP.

INFORME DE SOLICITUD DE VERIFICACIÓN [01/03/2016]

Recomendación en Criterio 5. Planificación de las enseñanzas: Los contenidos sobre Neuromarketing no son apropiados dentro de una materia como Marketing Estratégico. Se recomienda subsanar este aspecto.

Grado de Implantación: En una próxima solicitud de Modificación de Memoria, se incluirá el cambio de la temática Neuromarketing a una asignatura más apropiada para la misma.

8.1. RESULTADOS DE AUDITORÍA INTERNA

Los procedimientos a mejorar detectados en la auditoría interna 2016-17 para Postgrado y su grado de implantación en 2017-18:

- Procedimiento de Evaluación de Alumnado.
- Procedimiento de Admisión y Matriculación.
- Procedimientos de Coordinación docente.
- Procedimiento de Revisión de Pruebas de Evaluación.
- Procedimiento de documentación del diseño y rediseño de programas.
- Procedimiento de revisión de publicación de información del Área en web.

Como se comenta en el [Apartado 7.2 Políticas](#) del presente informe, durante el 2017-18 se ha realizado una revisión de la totalidad de procedimientos del área, que ha implicado nuevas ediciones a los anteriores procedimientos, o nueva creación de documentos, como en el caso de la política de Calificación y Revisión de pruebas de evaluación.

Para mayor información ver en WEB: http://www.esic.edu/calidad/proyectos_de_evaluacion.php

9. PROPUESTAS DE MEJORA PARA CURSO SIGUIENTE

ESIC Business & Marketing School desarrolla proyectos de mejora para la consolidación de los niveles de Calidad, que contribuyan al desarrollo personal y profesional de nuestros alumnos. En dichos proyectos participan los distintos grupos de interés: alumnos/participantes, empresas, proveedores, personal ESIC.

WEB: http://www.esic.edu/calidad/proyectos_de_mejora.php

9.1. MEJORAS IMPLANTADAS DURANTE EL CURSO ACADÉMICO 2017-18

9.1.1. MEJORAS IMPLANTADAS EN EL ÁREA DE POSTGRADO

Las presentes Mejoras fueron planteadas como Objetivos del Área 2018:

- Definición de la nueva área de Postgrado y Executive Education:
 - Creación de un Comité Ejecutivo de área.
 - Desarrollo de una metodología de enseñanza propia.
 - Fortalecimiento del posicionamiento.
- Reestructuración académica y de programas:
 - Definición de competencias por programa y perfil de egreso.
 - Establecimiento de criterios de diseño de programas.
 - Nueva estructuración de programas.
 - Definición de la implementación de programas.
 - Ampliación del Sistema de Calidad.
 - Formación a profesores y directores de programa.
- Ordenación académica del área:
 - Obtener la situación actual del Faculty.
 - Sistema de gestión y formación a profesores.

Además, el **Área de Postgrado Valencia** contaba con los siguientes objetivos 2018:

- Aumento de la tasa de respuesta en diferentes encuestas: Satisfacción del Alumnado con el Profesorado, Satisfacción del Alumnado con la Titulación.
- Aumento del número de profesores Doctores en los programas MMGD y MDPO.
- Ampliación de la oferta académica con la apertura del nuevo programa LOCS.
- Incremento número de alumnos internacionales en los programas EMBA, MADEM Y MDCl.
- Implementación de talleres de oratoria y debate y desarrollo del pensamiento crítico, en todos los programas Máster.
- Implantación programa de formación a tutores TFM de todos los Másters: refuerzo áreas de conocimiento.
- Celebración de la jornada de integración al alumno previa a la apertura oficial.

9.1.2. MEJORAS IMPLANTADAS EN EL TÍTULO MMGD

Dado que el título no tiene un Informe Anual de Titulación al presente, para poder reflejar las mejoras implantadas en el título en sus dos primeras ediciones, se presentan a continuación las mejoras implantadas como resultado de la Auditoría Interna 2018 al mismo:

Mejora al indicador: Revisión de Guías Docentes y Memoria. Ajustar.

Causa: TFM. Guía Docente y Sistemas de Evaluación no se ajustan a Memoria.

Acciones a Desarrollar: Ajustar a Memoria.

Responsables: Académico Postgrado.

Tiempo Realización: 2017/2018.

Código: 2018-NCM-VALENCIA-ACADÉMICO-POST.3.60-MMGD-19

Grado de implantación: Realizado. Se han subsanado los errores en ponderaciones.

Mejora al indicador: Resumen de indicadores publicado.

Causa: El resumen de indicadores no está actualizado al curso 2016/2017 y aparece la información referente al Máster MDPO por lo que se sugiere corregir.

Acciones a Desarrollar: Corregir resumen de indicadores en web.

Responsables: Académico Postgrado.

Tiempo Realización: 2017/2018.

Código: 2018-NC-VALENCIA-ACADÉMICO-POST.4.11-MMGD-22

Grado de implantación: Realizado. Se ha publicado el resumen de indicadores en web.

Mejora al indicador: Declaración bajo Acta de Reuniones entre UMH y ESIC.

Causa: La no generación de Actas de las reuniones entre UMH y ESIC.

Acciones a Desarrollar: Envío de actas declarando los temas tratados en las reuniones mantenidas entre la Universidad Miguel Hernández y ESIC.

Responsables: Director del Área de Postgrado y Vicerrector de Títulos.

Tiempo Realización: 2017/2018.

Código: 2018-OBS-VALENCIA-ACADÉMICO-POST.3.10-Master Universitarios-58

Grado de implantación: Realizado. Se ha procedido a realizar acta de las reuniones mantenidas con la Universidad Miguel Hernández y ESIC.

Mejora al indicador: Actas de Comisión de titulación.

Causa: No se evidencian actas de las Comisiones de Titulación del 2016-17.

Acciones a Desarrollar: Se generan Actas de las Comisiones de Titulación.

Responsables: Académico Postgrado.

Tiempo Realización: 2017/2018.

Código: 2017-OBS-VALENCIA-ACADÉMICO-POLITICA COMISIONES-MASTER UNIVERSITARIOS-293

Grado de implantación: Realizado. Se generan las actas de las Comisiones de Titulación.

Se recogen también a continuación las Mejoras implantadas durante el curso académico 2016-17, comunes al Área de Postgrado, que afectan al Título:

Mejora: Mejorar las acciones de Movilidad en Máster Universitarios.

Causa: Bajo perfil internacional del Alumnado de Master Universitarios, así como experiencias internacionales para los alumnos, como para Profesorado y PAS.

Acciones a desarrollar: Incrementar tanto el número de convenios con universidades extranjeras vinculadas con los Master Universitarios, como el número de plazas. Comunicar a través de plataformas específicas la disponibilidad de plazas, y el procedimiento administrativo para optar a dichas plazas.

Responsables: Dirección del Área de Postgrado, Oficina Internacional.

Tiempo de realización: 2016/2017.

Código: 2016.POSTGRADO.002

Grado de implantación: CERRADO

Se ha incluido en la oferta de movilidad general de ESIC a todos los estudiantes de programas Master para fomentar las posibilidades de realizar estudios internacionales en las instituciones educativas con las que cuenta acuerdos de colaboración ESIC. El aumento de esta oferta se reflejará en los Master Universitarios de forma proporcional.

EVIDENCIA: Contamos con un total del 125 Universidades internacionales socias dentro de la red de movilidad ofertada a los alumnos de ESIC.

El número de alumnos internacionales actuales en toda el área de postgrado es del 25%.

En el curso 2018-19 el incremento total de los alumnos internacionales del área es del 19%

Mejora: Incrementar los índices que están a la baja en el apartado Orientación Profesional de la Titulación.
Causa: Mejorar la percepción del Alumnado sobre actividades directivas y de emprendimiento.

Acciones a desarrollar: Incrementar el número de Masterclass y visitas de profesionales relacionados con la publicidad y o el emprendimiento.

Responsables: Dirección Área de Postgrado, Departamento de Carreras Profesionales, Departamentos Académicos.

Tiempo de realización: 2016/2017.

Código: 2016.POSTGRADO.003

Grado de implantación: CERRADO

En los cursos 2016-2017 y 2017-2018 se han introducido varias sesiones con profesionales visitantes invitados durante el desarrollo de sesiones de realidades empresariales.

Mejora: Incrementar el número de Doctores y Doctores Acreditados en Master Universitarios.

Causa: Mejorar la ratio de Doctores Acreditados.

Acciones a Desarrollar: Plan de Acreditación de Escuela para fomentar y apoyar el profesorado para que alcancen estas categorías académicas.

Responsables: Dirección Área de Postgrado, Departamento de Investigación y Dirección General.

Tiempo Realización: 2016/2017.

Código: 2016.POSTGRADO.004

Grado de implantación: En proceso

EVIDENCIA



2017 03 02 PLAN DE INVESTIGACIÓN.pdf

Mejora: Incrementar la actividad investigadora en el área de especialización de los Másters.

Causa: Mejorar la ratio de publicaciones académicas.

Acciones a Desarrollar: Creación de perfiles de docentes con objetivos de investigación dentro de un Plan de Acreditaciones de ESIC.

Responsables: Dirección Área de Postgrado y Departamento de Investigación y Dirección General.

Tiempo Realización: 2016/2017.

Código: 2016.POSTGRADO.005

Grado de implantación: CERRADA

EVIDENCIA:



Informe Anual 2018
Area Investigación C

Mejora: Creación y Desarrollo de un Observatorio de Inserción Laboral.

Causa: Tasas no representativas en las encuestas realizadas a Egresados/as de la Titulación.

Acciones a Desarrollar: Observatorio de Inserción Laboral cuyo objetivo es el seguimiento y análisis de Egresados/as.

Responsables: Departamento de Carreras Profesionales.

Tiempo Realización: 2016/2017.

Código: 2016.POSTGRADO-GRADO.006

INDICADOR: Informe de Inserción Laboral a través del Observatorio.

Grado de implantación: Cerrado

EVIDENCIAS: Informes de inserción laboral



Informe
empleabilidad ESIC

9.2. MEJORAS IMPLANTADAS EN CURSOS ANTERIORES

Las Mejoras que se presentan a continuación son comunes al Área de Postgrado. Además, corresponden a cursos académicos en los que este título todavía no estaba implementado. No obstante, se presentan a continuación dado que contribuyeron a la consolidación de un Sistema de Calidad común a los Másters Universitarios ESIC, que beneficia la implementación actual del Máster:

Mejora: Aumentar la comunicación de la existencia del “Buzón Virtual, Danos tu opinión”, entre todos los grupos de interés del Campus.

Causa: No ha existido ninguna solicitud en 2012/2013.

Acciones a Desarrollar: Acciones de comunicación desde el Área Unidad de Calidad vía e-mail y vía presentación en aula.

Responsables: Unidad de Calidad.

Tiempo Realización: 2013/2014.

Código: 2013.POSTGRADO.001

Grado de implantación: Existe un enlace directo en la página principal de ESIC, con la pestaña “Tu opinión cuenta” en la parte inferior de la web. Además dentro de cada título también se integra un apartado para el Buzón de Calidad: http://www.esic.edu/calidad/buzon_virtual.php.

Mejora: Aumentar participación en las encuestas por parte del alumnado y adecuado a los requisitos del Programa DOCENTIA.

Causa: Baja participación del Alumnado.

Acciones a Desarrollar: Acciones de comunicación y nuevo plan de encuestas bajo nueva plataforma de encuestas.

Responsables: Secretaría General (Plataforma) y Vicedecano de Postgrado.

Tiempo Realización: 2013/2014.

Código: 2013.POSTGRADO.002

Grado de implantación: Sin completar. No pudo llevarse a cabo, dado que la plataforma planificada en inicio no funcionó para el curso 2013-14, y no se pudo aplicar la asignación de encuestas a alumno con el mínimo de asistencia adecuado. Es una **Mejora** pendiente.

Mejora: Mayor participación de los alumnos en la respuesta de las Encuestas Titulación.

Causa: Mejora necesaria en el grado de respuesta del alumnado a dichas encuestas de satisfacción.

Acciones a Desarrollar: Cambio en la Plataforma y Programación de dichas Encuestas.

Responsables: Dirección Académica y Unidad de Calidad.

Tiempo Realización: 2013/2014.

Código: 2013.POSTGRADO.003

Grado de implantación: Realizado. Se realizarán encuestas a través de la nueva plataforma para mejorar la participación.

Mejora: Poner en marcha una plataforma de encuestas para la Inserción Laboral el año 2013-14 y recibir ya así el primer informe de Inserción Laboral de egresados con este sistema.

Causa: Mejorar el seguimiento de la actividad.

Acciones a Desarrollar: Reuniones de las áreas implicadas para la puesta en marcha.

INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN

Máster Universitario en Marketing y Gestión Digital [MMGD]

CURSOS ACADÉMICO 2016-17 y 2017-18

BUSINESS&MARKETINGSCHOOL 

Responsables: Vicedecano de Postgrado de ESIC, Miembros de la Comisión de la Titulación, y Directores de Áreas implicadas (Marketing y Unidad de Calidad).

Tiempo Realización: 2013/2014.

Código: 2013.POSTGRADO.004

Grado de implantación: Realizado. Se realizó y está publicado en web:

<http://www.esic.edu/calidad/resultados-institucional.php>.

Mejora: Plan de Encuestas a Alumnos de Prácticas Profesionales, Tutores Externos y Tutores Académicos.

Causa: Necesidad de análisis de las Prácticas Profesionales por parte de todos los Grupos de Interés.

Acciones a Desarrollar: Plan de Encuestas.

Responsables: Dirección del Departamento de Prácticas Profesionales.

Tiempo Realización: 2013/2014.

Código: 2013.POSTGRADO.005

Grado de implantación: Realizado. Se realizó y está publicado en web:

<http://www.esic.edu/calidad/resultados-institucional.php>.

Mejora: Implantación de un nuevo formato de guía docente (Ed.3).

Causa: Guía en donde las Materias se evalúan en un sistema de Competencias de tal forma que se pueda medir los resultados de aprendizaje por Competencia. Además, revisar que los contenidos se ajustan a la Memoria verificada.

Acciones a Desarrollar: Propuesta y elaboración de un nuevo formato por parte de los responsables.

Responsables: Vicedecano de Postgrado de ESIC y Miembros de la Comisión de la Titulación.

Tiempo Realización: 2013/2014.

Código: 2013.POSTGRADO.006

Grado de implantación: Realizado. Nueva edición, ajustándose a la Memoria verificada.

Mejora al indicador: Mejora de la Tasa de respuesta en Encuesta de egresados por Titulación sobre aspectos como satisfacción, colocación o salario medio.

Causa: Es un dato muy importante para la titulación.

Acciones a Desarrollar: Reuniones con el Departamento de Calidad.

Responsables: Miembros del equipo de trabajo, Departamento de Calidad.

Tiempo Realización: 2015/2016.

Código: 2015.POSTGRADO.001

Grado de implantación: Realizado. En el Curso Académico 2015/2016 se realiza encuesta a Egresados de 2014 y 2015 por Titulación.

Mejora: Análisis de la ratio de Doctor y Doctor Acreditado, no sólo por número, sino también por ECTS impartido en la titulación.

Causa: Mejorar el análisis de este aspecto tan importante de la titulación.

Acciones a Desarrollar: Analizar ECTS impartidos por profesor y así tener el porcentaje de créditos impartidos por doctores y por doctores acreditados.

Responsables: Comisión de Titulación.

Tiempo Realización: 2015/2016.

Código: 2014.POSTGRADO.002

Grado de implantación: Realizado. Puede verse en el Apartado 4.1. Categoría Académica del Profesorado, del presente Informe.

Mejora al indicador: Incrementar el N° de Profesores, Alumnos y PAS en Programas de Movilidad.

Causa: Bajada considerable de Profesores en dichos programas institucionales.

Acciones a Desarrollar: Envío de convocatoria con n° de plazas disponibles.

Responsables: Oficina Internacional.

Tiempo Realización: 2015/2016.

Código: 2015. POSTGRADO.003

Grado de implantación: Realizado parcialmente. Se ha incrementado, a nivel general, en cuanto a Profesorado. El PAS ha comenzado a realizar Movilidad en 2015/2016. El Alumnado continúa sin realizar Movilidad.

Mejora: Declaración bajo Acta de Reuniones entre URJC/UMH y ESIC.

Causa: La no generación de Actas de las reuniones entre URJC/UMH y ESIC.

Acciones a Desarrollar: Envío de actas declarando los temas tratados en las reuniones mantenidas entre la Universidad Rey Juan Carlos y ESIC.

Responsables: Director del Área de Postrado y Unidad de Seguimiento y Renovación de Títulos

Tiempo Realización: 2015/2016.

Código: 2015. POSTGRADO.004

Grado de implantación: Realizado. Se ha procedido a realizar acta de las reuniones mantenidas con la Universidad Rey Juan Carlos/Universidad Miguel Hernández de Elche y ESIC.

Mejora: Mejora de los formatos en los que se hace seguimiento de las Practicas Externas, tanto tutor académico como tutor externo.

Causa: Formatos actuales cubren necesidades de evaluación más centradas en el Real Decreto de Prácticas estatal.

Acciones a Desarrollar: Nuevos formatos.

Responsables: Director del Área de Postrado y Dirección de Calidad.

Tiempo Realización: 2015/2016.

Código: 2015.POSTGRADO.005

Grado de implantación: Realizado. Se realizó grupo de trabajo con Departamento de Prácticas, Direcciones de Master Universitarios, Coordinación de Prácticas Académicas de Grado y Dirección de Calidad y se acordaron unos formatos más detallados y específicos para cada título que agrupaba la evaluación establecida por RD Practicas como las específicas para cada titulación según marca la Guía Docente de Prácticas Externas de cada titulación.

9.3. PROPUESTAS DE MEJORA PARA EL CURSO ACADÉMICO 2018-19

9.3.1. PROPUESTAS DE MEJORA EN EL ÁREA DE POSTGRADO

A inicios del curso académico 2017-18, la Dirección del centro ESIC Madrid modifica la presentación de los objetivos de áreas de curso académico a año natural. De modo que, en el [Apartado 9.9.1.](#) se presentan los **Objetivos de Área 2018**. Los **Objetivos de Área 2019**, que tienen que figurar en el presente [Apartado](#), están en proceso de definición y aprobación. Una vez se complete el proceso, se actualizarán en el presente [Apartado](#).

9.3.2. PROPUESTAS DE MEJORA EN EL TÍTULO MMGD

Las propuestas de mejora para el título en el curso académico 2018-19 se recogen en los diferentes [Apartados](#) del presente informe, con la siguiente codificación:

Curso Académico	Área/Programa	Numeración
2017-18	MMGD	001

El código resultante es: 2018.MMGD.001

10. CUADRO DE INDICADORES

El Resumen de Indicadores se publica en la web del Título:

https://www.esic.edu/es/master-oficial-marketing-gestion-digital/?s=garantia_resumen