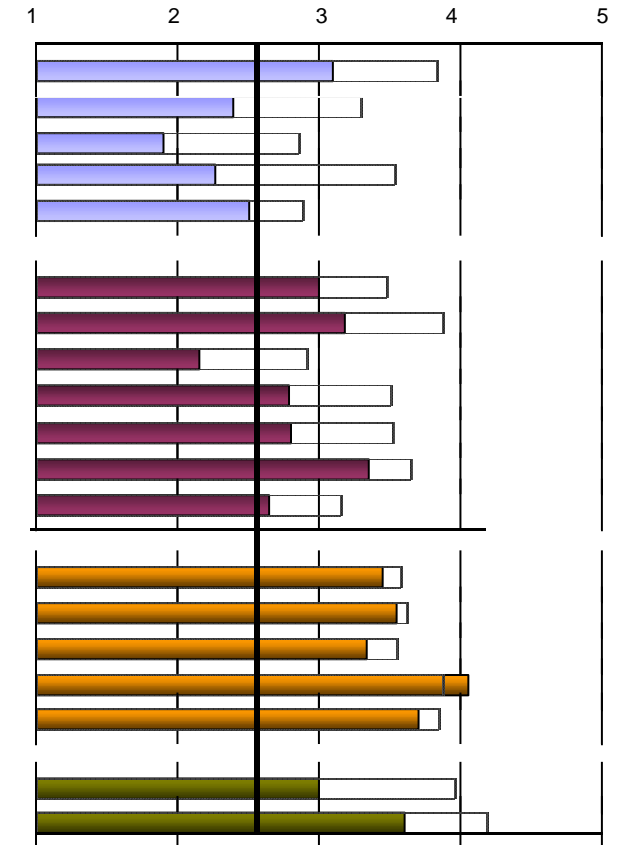



(Encuesta a estudiantado FINAL)
2114 - MÁSTER UNIVERSITARIO EN MÁRketing E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

¿Estás trabajando durante la realización del máster?	SÍ	NO	¿Has recibido algún tipo de beca/ayuda para la realización de este máster?	SÍ	NO
	10	10		2	18
	50,00%	50,00%		10,00%	90,00%

PROGRAMA FORMATIVO	MEDIA	Frecuencias de respuesta					
		N/C	1	2	3	4	5
1. Los objetivos del máster y el perfil de egreso se detallan con claridad siendo accesibles y públicos	3,10	0	2	2	9	6	1
2. Las materias que has cursado y sus contenidos, se han adecuado a los objetivos del máster	2,40	0	3	8	7	2	0
3. La proporción entre la teoría y la práctica ha sido adecuada	1,90	0	8	9	1	1	1
4. Los contenidos impartidos en el máster han sido realmente diferentes de los estudiados durante el grado	2,26	1	8	2	5	4	0
5. La secuencia de las materias es adecuada, ya que evita vacíos y duplicidades	2,50	0	8	0	7	4	1
ORGANIZACIÓN DE LA ENSEÑANZA							
6. La información contenida en programas o guías docentes de las asignaturas ha sido amplia y detallada	3,00	0	4	3	5	5	3
7. Los programas o guías docentes han estado disponibles antes de la matrícula	3,18	3	3	1	6	4	3
8. La gestión y organización del máster ha sido adecuada	2,15	0	10	3	2	4	1
9. La información a los estudiantes para la gestión/organización del máster ha sido adecuada	2,79	1	4	3	7	3	2
10. Los medios de comunicación para dar a conocer los diferentes aspectos del máster han sido adecuados	2,80	0	3	3	10	3	1
11. Se ha respetado la planificación inicial y las actividades programadas	3,35	0	3	1	5	8	3
12. La coordinación entre el profesorado ha sido adecuada	2,65	0	6	2	6	5	1
INFRAESTRUCTURAS							
13. Las aulas destinadas a la docencia y su equipamiento han sido adecuadas para el desarrollo del máster	3,45	0	1	2	7	7	3
14. Los espacios para el trabajo y estudio y su equipamiento se han adecuado a las necesidades del máster	3,55	0	1	2	6	7	4
15. Los laboratorios, talleres y espacios experimentales y su equipamiento han sido adecuados	3,33	5	1	3	4	4	3
16. Las infraestructuras de la biblioteca y las salas de lectura han sido adecuadas	4,05	0	0	1	4	8	7
17. La cantidad, calidad y la accesibilidad de la información de la biblioteca y los fondos se han adecuado	3,71	3	1	0	5	8	3
ATENCIÓN AL ESTUDIANTE							
18. La atención tutorial ha sido adecuada	3,00	3	3	1	7	5	1
19. Los profesores han cumplido con el horario de atención tutorial	3,60	5	2	1	2	6	4



Escala utilizada: de 1 a 5

 Media Global UV

	0	1	2-4	5-7	8-10	>10
20. Total de horas que he asistido a las tutorías durante este curso	4	4	5	3	1	1
	22,00%	22,00%	28,00%	17,00%	6,00%	6,00%

Número de encuestas: 20

Alumnos matriculados UV: 81

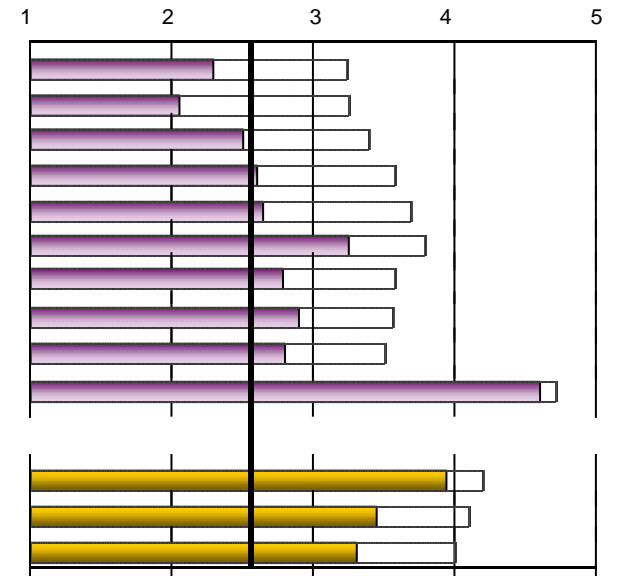
Periodo realización encuestas: 23/05/2023 - 25/06/2023

(Encuesta a estudiantado FINAL)
2114 - MÁSTER UNIVERSITARIO EN MÁRketing E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

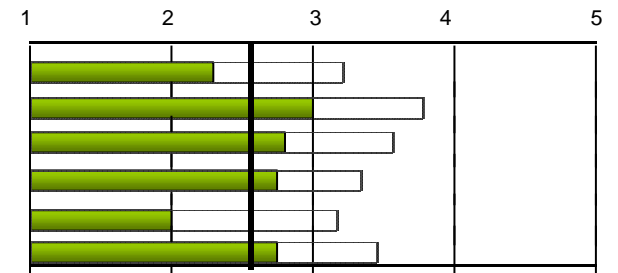
PROCESO DE ENSEÑANZA- APRENDIZAJE	MEDIA	N/C	Frecuencias de respuesta				
			1	2	3	4	5
21. Las metodologías docentes utilizadas han favorecido la implicación de los estudiantes con la materia	2,30	0	7	2	9	2	0
22. Las metodologías de enseñanza-aprendizaje utilizadas han fomentado el análisis y la síntesis	2,05	1	7	5	6	1	0
23. Las prácticas de los módulos se han adecuado a la teoría impartida	2,50	0	7	3	3	7	0
24. Los materiales recomendados se han adaptado a las exigencias de la docencia	2,60	5	5	1	4	5	0
25. La bibliografía de los diferentes módulos ha sido adecuada y actualizada	2,65	3	5	1	8	1	2
26. El calendario de trabajo inicial se ha cumplido respecto a los contenidos que se han impartido	3,25	0	5	0	3	9	3
27. Los conocimientos, habilidades y actitudes propuestas en guías docentes se han desarrollado adecuadam	2,79	1	5	1	6	7	0
28. Los procedimientos y criterios de evaluación desarrollados, se han ajustado a los objetivos propuestos	2,90	0	5	1	6	7	1
29. El nivel de exigencia en la evaluación se ha adecuado a la docencia impartida	2,80	0	4	3	8	3	2
30. He asistido regularmente a las clases presenciales y al resto de actividades programadas en el máster	4,60	0	0	1	1	3	15

ACTITUD DOCENTE

31. El profesorado ha cumplido con el horario previsto	3,95	1	1	0	4	8	6
32. El profesorado que imparte docencia ha demostrado un adecuado conocimiento de los temas tratados	3,45	0	2	2	5	7	4
33. La actitud del profesorado hacia los estudiantes ha sido positiva	3,32	1	4	1	3	7	4


 Escala utilizada: de 1 a 5 : Media Global UV

GENERAL	MEDIA	N/C	Frecuencias de respuesta				
			1	2	3	4	5
Satisfacción del máster	2,30	0	5	7	5	3	0
Calidad del profesorado	3,00	0	3	4	4	8	1
Interés del máster	2,80	0	4	3	8	3	2
Buena relación calidad/precio	2,75	0	5	3	6	4	2
Recomendaría este máster a otros compañeros	2,00	0	9	4	5	2	0
Utilidad del curso	2,75	0	5	3	6	4	2


 Escala utilizada: de 1 a 5 : Media Global UV

(Encuesta a estudiantado FINAL)
2114 - MÁSTER UNIVERSITARIO EN MÁRQUETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
2073.- Màster Universitari en Màrqueting i Investigació de Mercats

EVOLUCIÓN		PROGRAMA FORMATIVO											ORGANIZACIÓN DE LA ENSEÑANZA					
		1. Los objetivos y el perfil de egreso ... claros ...		2. Las materias y sus contenidos... se han adecuado		3. La proporción entre teoría y práctica ha sido adecuada		4. Contenidos realmente diferentes a grado		5. La secuencia de las materias es adecuada		Media bloque	6. La información de guías docentes ... amplia, detallada		7. Disponibilidad de programas y guías docentes		8. Gestión y organización del máster adecuada	
curso	Recogidas	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media		nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media
22-23	20	20	3,1	20	2,4	20	1,9	19	2,26	20	2,5	2,43	20	3	17	3,18	20	2,15
21-22	33	32	3,47	33	2,97	33	2,18	33	2,48	33	2,88	2,79	33	3,15	31	3,81	33	3,06
20-21	18	18	4,11	17	3,59	18	3,06	17	2,82	18	3,33	3,39	17	4	16	4,06	18	3,11
19-20	32	32	3,62	32	2,84	32	2,22	32	2,69	32	2,88	2,85	32	3,47	26	3,65	32	2,19
18-19	39	38	3,53	38	2,82	39	2,18	38	2,61	39	2,38	2,70	39	2,97	34	3	38	2,47
17-18	32	31	3,58	32	3	32	2,38	32	2,62	32	2,59	2,83	32	3,41	29	2,93	31	2,55
16-17	32	32	3,88	32	3,19	32	2,5	31	3,03	31	2,48	3,02	32	3,69	27	3,33	32	2,47
15-16	17	17	3,71	17	3,41	17	3,06	15	2,8	17	2,24	3,05	16	3,81	15	3,47	17	2,76
14-15	23	22	3	23	2,52	23	2,35	23	2,17	23	2,17	2,44	23	3,26	20	2,75	23	2,35
13-14	26	26	3,85	26	3,27	25	2,88	26	2,62	26	2,77	3,08	26	3,88	24	3,58	24	2,42
12-13	29	29	3,72	29	2,93	29	2,21	29	2,69	29	2,24	2,76	28	3,82	27	3,07	27	2,33
11-12	28	28	3,71	27	3,07	27	2,63	28	2,54	27	2,74	2,94	28	3,86	24	3,67	28	2,61
10-11	54	52	3,4	53	3,28	53	2,87	54	2,8	54	2,89	3,05	54	3,26	53	2,94	54	2,35

		ORGANIZACIÓN DE LA ENSEÑANZA							INFRAESTRUCTURAS											
		9. Información a los estudiantes sobre gestión/organización		10. Los medios de comunicación ... han sido adecuados		11. Se ha respetado la planificación inicial		12. Coordinación entre profesorado adecuada		Media bloque	13. Aulas de docencia y equipamiento		14. Espacios para trabajo y estudio ... adecuados		15. Laboratorios, talleres y espacios experimentales ...		16. Infraestructuras de la biblioteca y salas de lectura		17. ... Biblioteca y fondos adecuados	
curso	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media		nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	
22-23	19	2,79	20	2,8	20	3,35	20	2,65	2,84	20	3,45	20	3,55	15	3,33	20	4,05	17	3,71	3,63
21-22	32	3,41	32	3,22	33	3,67	32	2,94	3,32	33	3,33	33	3,48	29	3,31	31	4,16	27	3,85	3,62
20-21	17	3,88	15	3,6	17	4,24	18	3,39	3,75	18	3,22	18	2,89	13	2,85	14	3,07	11	3,82	3,14
19-20	32	3,16	30	3,07	30	3,43	32	2,75	3,08	32	3,59	32	3,56	26	3,42	31	4,13	28	4,04	3,75
18-19	39	3,44	38	3,37	38	3,39	39	2,77	3,06	39	3,38	37	3,51	32	3,19	36	3,94	33	4,09	3,62
17-18	32	3,22	30	3,37	31	3,87	32	2,69	3,15	32	2,84	31	2,94	30	2,63	30	4,2	26	3,96	3,29
16-17	32	3,09	31	2,97	31	3,58	31	2,58	3,10	32	2,88	31	2,97	31	2,94	29	3,83	28	3,75	3,25
15-16	16	3	17	2,88	17	3,88	17	2,47	3,17	17	4,06	17	3,88	17	3,88	15	4,07	15	3,87	3,95

(Encuesta a estudiantado FINAL)
2114 - MÁSTER UNIVERSITARIO EN MÁRketing E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

14-15	23	3,26	20	3	23	3,65	23	2,43	2,96	22	3,27	22	3,18	21	3,38	23	4,13	21	3,62	3,52
13-14	25	3,36	26	3,62	26	3,77	25	2,2	3,27	26	4,12	26	4,19	20	4,25	26	4,31	24	4,25	4,22
12-13	29	3,14	28	3,21	28	3,32	29	2,45	3,05	29	4	29	3,66	27	3,74	28	4,18	26	4,15	3,94
11-12	25	3,24	25	3,48	27	3,37	27	2,48	3,23	28	3,75	26	3,77	24	3,75	26	4,38	26	4,19	3,97
10-11	54	3,09	49	2,73	52	2,94	53	2,57	2,84	54	3,74	53	3,79	45	3,56	49	3,86	51	3,86	3,77

PROCESO DE ENSEÑANZA- APRENDIZAJE

curso	21. Fomento de la implicación de los estudiantes		22. Fomento del análisis y la síntesis		23. Las prácticas se han adecuado a la teoría impartida		24. Materiales recomendados adaptados		25. La bibliografía adecuada y actualizada		26. Cumplimiento del calendario de trabajo		27. Conocimientos... en las guías se han desarrollado		28. Procedimientos... evaluación ajusta a objetivos		29. Nivel de exigencia en la evaluación adecuada		30. Asistencia presencial a clases y actividades		Media bloque
	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	
22-23	20	2,3	19	2,05	20	2,5	15	2,6	17	2,65	20	3,25	19	2,79	20	2,9	20	2,8	20	4,6	2,86
21-22	32	2,62	32	2,69	31	3,19	30	3,27	28	2,82	32	3,88	31	3,48	31	3,29	32	3,25	33	4,52	3,31
20-21	17	3,53	16	3,5	17	3,94	15	3,53	15	3,33	17	4,18	18	3,78	18	3,72	18	3,78	17	4,88	3,83
19-20	32	2,66	31	2,74	31	2,97	30	3,27	30	3,07	29	3,66	31	3,06	29	3,03	28	2,96	30	4,87	3,22
18-19	39	2,44	39	2,41	39	3,05	34	3,06	34	3,41	38	3,61	39	2,9	39	2,77	38	2,71	39	4,62	3,09
17-18	31	2,71	31	2,45	31	3,1	29	3	29	2,93	31	4	31	3,32	31	3,16	31	2,74	31	4,81	3,23
16-17	31	2,97	31	3,03	32	3,19	26	3,27	28	3,36	31	3,97	29	3,62	31	3,55	31	3,23	30	4,77	3,49
15-16	17	3,18	17	3,24	17	3,47	15	3,6	16	3,5	17	4,06	15	3,53	16	3,31	17	3,29	17	4,82	3,60
14-15	23	2,48	23	2,7	23	2,91	23	3,43	22	3,09	23	4,04	21	3,33	21	3	23	3,13	23	4,74	3,29
13-14	25	3,28	25	3,08	26	3,62	25	3,68	25	3,68	26	3,92	26	3,62	26	3,65	26	3,04	26	4,88	3,65
12-13	29	2,66	29	2,76	29	3,24	29	3,17	29	3,17	29	3,59	27	3,19	29	2,93	29	2,72	29	4,9	3,23
11-12	28	2,89	28	3,14	28	3,18	26	3,58	25	3,84	28	3,54	28	3,32	28	3	27	3,19	28	4,75	3,44
10-11	54	3,13	54	3,15	51	3,31	53	3,4	51	3,71	54	2,78	53	3,04	53	3,28	51	3,2	53	4,74	3,37

(Encuesta a estudiantado FINAL)
2114 - MÁSTER UNIVERSITARIO EN MÁRKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

curso	ATENCIÓN AL ESTUDIANTE				ACTITUD DOCENTE							
	18. La atención tutorial ha sidot adecuada		19. Los profesores han cumplido con horario de tutorías		Media bloque	31. El profesorado ha cumplido con el horario previsto		32. El profesorado ... adecuado conocimiento		33. Actitud del profesorado a los estudiantes positiva		Media bloque
	n°enc.	media	n°enc.	media		n°enc.	media	n°enc.	media	n°enc.	media	
22-23	17	3	15	3,6	3,28	19	3,95	20	3,45	19	3,32	3,57
21-22	27	3,67	28	4,11	3,89	32	4,28	32	3,62	32	3,38	3,76
20-21	18	3,89	17	3,94	3,91	18	4,39	18	3,67	18	3,72	3,93
19-20	30	3,43	29	4	3,71	31	4,26	30	3,37	30	3,4	3,68
18-19	36	3,86	38	4,03	3,95	36	4,14	36	3,28	37	3,32	3,58
17-18	28	3,54	27	3,74	3,64	31	4,19	31	3,23	31	3,23	3,55
16-17	31	3,71	30	3,9	3,80	32	4,22	32	3,62	32	3,78	3,88
15-16	15	3,6	15	3,87	3,73	17	4,35	17	3,94	17	4	4,10
14-15	22	3,45	21	3,38	3,42	23	3,83	23	2,83	23	3,52	3,39
13-14	26	3,69	24	3,79	3,74	26	4,31	26	3,5	26	4	3,94
12-13	29	3,34	25	3,84	3,57	29	4,34	29	3,41	29	3,76	3,84
11-12	26	3,85	25	3,8	3,82	27	4,41	27	3,41	26	3,92	3,91
10-11	50	3,54	48	3,5	3,52	54	4	53	3,92	54	3,83	3,92

curso	GENERAL												
	Satisfacción del máster		Calidad del profesorado		Interés del máster		Buena relación calidad/precio		Recomendaría este máster a otros compañeros		Utilidad del curso		Media bloque
	n°enc.	media	n°enc.	media	n°enc.	media	n°enc.	media	n°enc.	media	n°enc.	media	
22-23	20	2,3	20	3	20	2,8	20	2,75	20	2	20	2,75	2,60
21-22	32	2,56	32	3,25	31	2,68	31	2,81	32	2,22	31	2,55	2,68
20-21	17	3,24	17	3,82	16	3,69	17	3,59	16	3,31	16	3,56	3,54
19-20	31	2,81	30	3,1	31	3,26	31	3,06	31	2,45	30	2,9	2,93
18-19	35	2,74	35	2,8	34	3,15	34	2,85	35	2,26	35	3,03	2,80
17-18	32	2,69	32	2,91	32	3,06	32	2,81	32	2,56	32	2,94	2,83
16-17	32	3,06	32	3,34	32	3,5	31	2,94	32	2,78	31	3,32	3,16
15-16	17	3,24	17	3,59	17	3,65	17	3,35	16	2,81	17	3,24	3,32

(Encuesta a estudiantado FINAL)

2114 - MÁSTER UNIVERSITARIO EN MÁRKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

14-15	22	2,68	23	3,17	23	2,48	22	2,64	23	2,57	23	2,96	2,75
13-14	25	3,48	26	3,88	26	3,27	26	3,62	24	3,71	26	3,73	3,61
12-13	29	3,07	28	3,46	29	2,52	29	3,24	28	2,29	29	3,07	2,94
11-12	27	3,11	27	3,89	27	3,15	27	3,3	25	3,64	27	3,15	3,37
10-11	54	3,35	46	3,63	54	3,59	53	3,53	51	2,94	54	3,3	3,39

* La media del bloque se calcula ponderando por el número de encuestas de cada ítem.
La descripción completa del ítem se puede encontrar en el informe individual.