

CÓDIGO DEL CURSO: 2114

NOMBRE DEL MÁSTER: Máster Universitario en Márketing e Investigación de Mercados

RAMA: Ciències Socials i Jurídiques

**Categoría como profesor:**

CU	TU	CEU	TEU	Contr. Dr.	Ajud. Dr.	Associat	Ajudant	Altres
5	6	0	1	1	1	1	0	0
33,00%	40,00%	0,00%	7,00%	7,00%	7,00%	7,00%	0,00%	0,00%

**Imparte la docencia:**

Teoricopráctica	Sólo teoría	Sólo práctica
14	1	0
93,00%	7,00%	0,00%

**Nº asignaturas que imparte:**

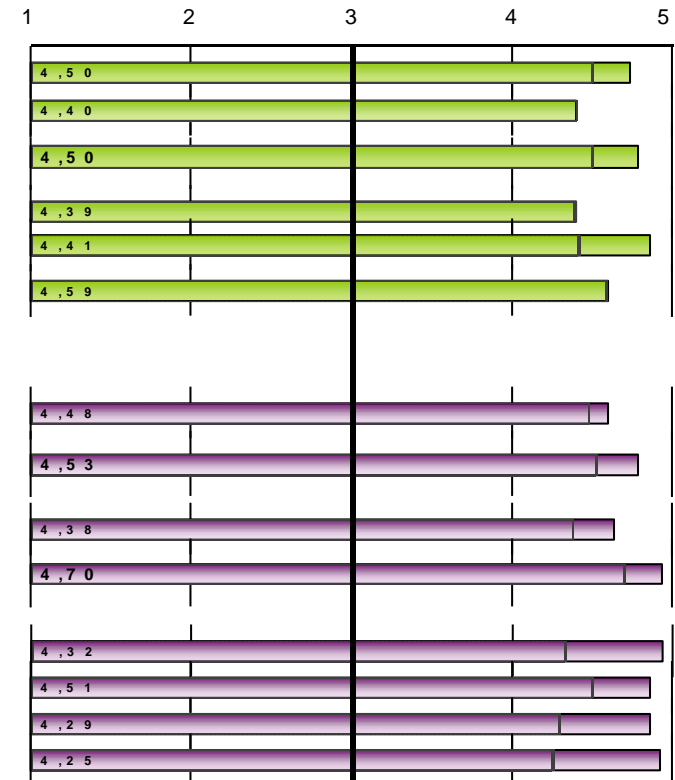
1	2	3	4	> 4
12	2	0	0	1
80,00%	13,00%	0,00%	0,00%	7,00%

**Nº Horas:**

MEDIA	Mínimo	Máximo
33,53	1	100

**PROGRAMA FORMATIVO**

	N/C	1	2	3	4	5	MEDIA
1.Los objetivos del máster y el perfil de egreso son adecuados, interesantes y se encuentran actualizados	0	0	0	1	2	12	4,73
2.El perfil de ingreso se encuentra claramente delimitada y se adapta a los objetivos del máster	0	0	1	1	4	9	4,40
3.En general, considero que los objetivos específicos y las competencias de cada asignatura son congruentes con los objetivos generales y el perfil que se desea conseguir	1	0	0	0	3	11	4,79
4.La estructura y la secuencia de las materias es adecuada, ya que evita vacios y duplicidades	0	0	1	2	2	10	4,40
5.Pienso que la proporción entre teoría y práctica del máster es adecuada	1	0	0	0	2	12	4,86
6.Considero que los contenidos que se imparten en el máster son realmente diferentes de los impartidos en el grado	0	0	0	1	4	10	4,60
<i>Media bloque</i>							<b>4,63</b>



Escala utilizada: de 1 a 5

 : Media Global UV\*

Número de encuestas: 15      Profesorado según POD: 64

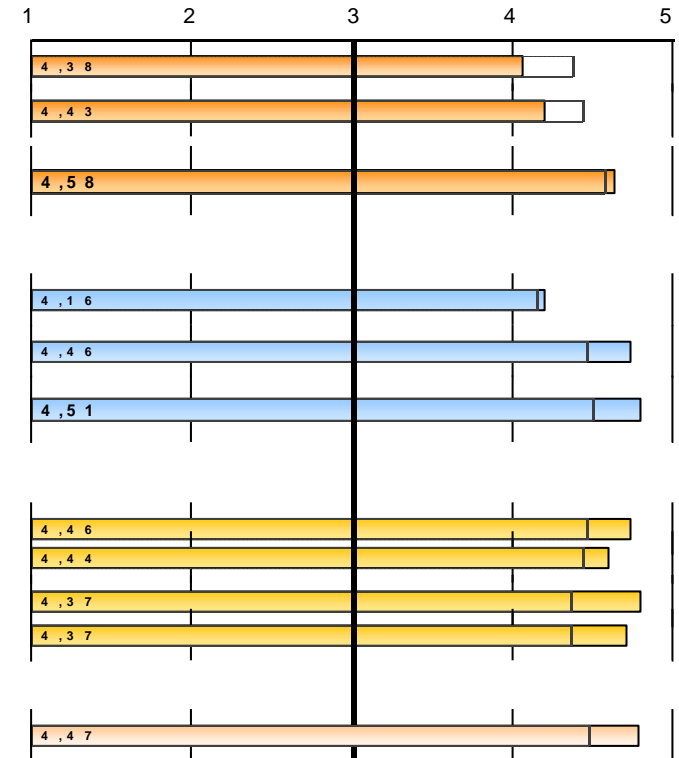
\* Medias globales calculadas con los datos del último curso académico con todas las titulaciones evaluadas: 21-22

CÓDIGO DEL CURSO: 2114

NOMBRE DEL MÁSTER: Máster Universitario en Márketing e Investigación de Mercados

RAMA: Ciències Socials i Jurídiques

	Frecuencias de respuesta						MEDIA
	N/C	1	2	3	4	5	
<b>INSTALACIONES Y RECURSOS</b>							
12.Las aulas destinadas a la docencia y su equipamiento son adecuados para el desarrollo del máster	0	0	1	2	7	5	4,07
13.Los laboratorios, talleres y espacios experimentales y su equipamiento se adecuan al número de alumnos y a las actividades programadas	5	0	1	1	3	5	4,20
14.La cantidad, calidad y accesibilidad de la información de la biblioteca y los fondos documentales se adecuan a las necesidades del máster	1	0	0	1	3	10	4,64
<i>Media bloque</i>							<b>4,31</b>
<b>DESARROLLO DE LA ENSEÑANZA</b>							
15.El nivel del alumno es suficiente para seguir los contenidos de mi materia	0	0	0	2	8	5	4,20
16. El contenido del programa previsto (nivel y extensión) de las asignaturas que imparto y el periodo real para desarrollarlo es adecuado	0	0	0	0	4	11	4,73
17.Los procedimientos de evaluación más generalizados en el máster valoran adecuadamente el nivel de competencias (conocimientos, destrezas, actitudes...) que han adquirido los estudiantes	0	0	0	0	3	12	4,80
<i>Media bloque</i>							<b>4,58</b>
<b>ALUMNADO</b>							
18.El alumno acude regularmente a las clases y actividades organizadas	0	0	0	0	4	11	4,73
19.Considero que los estudiantes consiguen los objetivos definidos en el máster	0	0	0	0	6	9	4,60
20.En general, los alumnos se encuentran motivados respecto a la realización del máster	0	0	0	0	3	12	4,80
21.Creo que el máster satisface las expectativas de los alumnos	1	0	0	0	4	10	4,71
<i>Media bloque</i>							<b>4,71</b>
<b>ADAPTACIÓN A LA COVID</b>							
Satisfacción con el proceso de adaptación de la docencia presencial a la docencia no presencial que ha realizado el máster a consecuencia de la Covid-19	1	0	0	0	3	11	4,79



Escala utilizada: de 1 a 5

: Media Global UV\*

\* Medias globales calculadas con los datos del último curso académico con todas las titulaciones evaluadas: 21-22

**2114.- Máster Universitario en Márketing e Investigación de Mercados**

EVOLUCIÓ		PROGRAMA FORMATIVO													
		1.Objetivos del master y perfil de egreso...		2.El perfil de ingreso ... delimitado...		3.Objetivos específicos y competencias ...		4.La estructura y la secuencia de las materias ...		5.Proporción entre teoría y práctica		6.Contenidos diferentes al grado		Media bloque	
curso	Recogidas	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media
21-22	15	15	4,73	15	4,4	14	4,79	15	4,4	14	4,86	15	4,6		4,63
19-20	19	18	4,28	16	3,88	19	4,26	18	4,17	19	4,37	18	4,33		4,22
17-18	24	23	4,39	23	3,83	23	4,57	22	4,32	22	4,45	23	4,3		4,31
15-16	22	21	4,38	20	4,1	20	4,25	20	4,05	20	4,5	20	4,15		4,24
14-15	13	13	4,08	13	3,85	13	4	13	3,77	13	4	11	4,09		3,96
13-14	6	6	4,83	6	4	5	4,6	6	4,33	6	4,5	6	4,17		4,40

		ORGANIZACIÓN DE LA ENSEÑANZA																
		7.La organización del máster es adecuada		8.Mecanismos de difusión de información		9.Planificación del master respecto intereses alumnado		10.Respecto a la planificación inicial y actividades		1. Grado de satisfacción de los diferentes mecanismos de coordinación-comunicación entre								Media bloque
curso	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media
21-22	15	4,6	14	4,79	14	4,64	15	4,93	15	4,93	15	4,87	14	4,86	13	4,92		4,82
19-20	19	4,53	15	4,6	15	4,47	18	4,67	19	4,58	18	4,61	17	4,53	16	4,38		4,55
17-18	23	4,52	21	4,48	22	4,23	23	4,78	22	4,32	22	4,68	20	4,3	21	4,24		4,45
15-16	22	4,5	19	4,63	20	4,35	21	4,76	19	4,42	20	4,55	20	4,35	18	4,28		4,48
14-15	13	4,15	13	4,31	13	3,85	13	4,69	13	4	13	4,54	13	4	13	3,92		4,18
13-14	6	4,5	6	5	6	4,33	6	4,83	6	4,67	6	4,67	6	4,67	6	4,67		4,67

		INSTALACIONES Y RECURSOS						DESARROLLO DE LA ENSEÑANZA								
		12.Aulas y su equipamiento		13.Laboratorios, talleres y espacios experimentales		14.Biblioteca y fondos documentales		Media bloque	15.Nivel del alumno		16.Contenido del programa previsto (nivel y extensión)		17.Procedimientos de evaluación		Media bloque	
curso	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media
21-22	15	4,07	10	4,2	14	4,64	4,31	15	4,2	15	4,73	15	4,8		4,58	
19-20	18	4,17	13	4,31	17	4,47	4,31	19	4	18	4,78	16	4,69		4,47	
17-18	23	4,39	17	4,29	20	4,55	4,42	23	3,7	23	4,48	22	4,5		4,22	
15-16	22	4,32	14	4,43	18	4,44	4,39	22	4,09	22	4,68	20	4,55		4,44	

CÓDIGO DEL CURSO: 2114

NOMBRE DEL MÁSTER: Máster Universitario en Márketing e Investigación de Mercados

RAMA: Ciències Socials i Jurídiques

14-15	13	4,08	10	4	13	4,46	4,19	12	3,58	12	4,42	12	4,17	4,06
13-14	6	4,83	4	4,75	6	4,83	4,81	6	4,5	6	4,83	6	4,67	4,67

**ALUMNADO**

curso	18.Asistencia alumno a las clases y actividades		19.Consecución de los objetivos por los alumnos		20.Motivación de los alumnos		21.Satisfacción de expectativas de los alumnos		Media bloque
	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	nºenc.	media	
21-22	15	4,73	15	4,6	15	4,8	14	4,71	4,71
19-20	17	4,65	17	4,59	18	4,33	16	4,38	4,49
17-18	21	4,24	23	4,43	22	4,18	22	4,23	4,27
15-16	20	4,5	21	4,48	22	4,41	21	4,38	4,44
14-15	12	4,25	13	4,15	12	3,5	13	3,92	3,96
13-14	6	4,83	6	4,67	6	4,5	6	4,33	4,58

\* 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.