

Acta - I Reunión Comisión de Garantía de Calidad del Título – Master Universitario en Dirección de Marketing

Año Académico: 2017-2018

FECHA	18/06/2018
HORA	09:00-10:30
CONVOCADOS	Coordinador del ámbito: Joaquín García-Tapiá Arregui (JGTA), Director MUDMK: José Juan Bocarando Gutiérrez (JJBG), Profesor del Máster: Belén Gutiérrez Villar (BGV), Directivo del Mundo Empresarial: Gonzalo Ybarra Loring (GYL), Responsable de Calidad: M ^a del Mar Maestre (MMME), Representante de alumnos: Antonio Marín Hurtado (AMH); Program Manager: Angela Siliberti (AS)
ASISTENTES	Coordinador del ámbito: Joaquín García-Tapiá Arregui (JGTA), Director MUDMK: José Juan Bocarando Gutiérrez (JJBG), Profesor del Máster: Belén Gutiérrez Villar (BGV), Directivo del Mundo Empresarial: Gonzalo Ybarra Loring (GYL), Responsable de Calidad: M ^a del Mar Maestre (MMME), Representante de alumnos: Antonio Marín Hurtado (AMH); Program Manager: Angela Siliberti (AS)

Orden del día:

- Renovación de la comisión de garantía de calidad del título.
- Revisión del grado de consecución de las propuestas de mejora definidas en el proceso de seguimiento anterior.
- Revisión de las encuestas de satisfacción del título (Encuestas de satisfacción del profesorado y de satisfacción global)
- Definición de propuestas de mejora para el curso 2018/19
- Ruegos y preguntas

• **Renovación de la comisión**

Tras renovar la comisión de garantía de calidad del título se realiza una breve introducción acerca del procedimiento interno relativo al Sistema de Garantía de Calidad, explicando los principales objetivos de la reunión (seguimiento de acciones de mejora, planificación y desarrollo de la docencia, indicadores de seguimiento, resultados de las encuestas, quejas e incidencias).

• **Revisión del grado de consecución de las propuestas de mejora definidas en el proceso de seguimiento anterior.**

Se procede a la revisión del grado de consecución de las propuestas de mejora recogida en el autoinforme elaborado en el proceso de seguimiento anterior y se concluye lo siguiente:

1. Ampliación contenidos de Marketing Digital

Este año se han incluido más sesiones de Marketing Digital, así como se ha procedido a la actualización y ampliación de contenidos. AMH sugiere incluir el manejo de aplicaciones y herramientas que se utilizan en las empresas, así como ampliar el número de clases de Redes Sociales.

3. Plazas ofertadas

Se espera que, para la siguiente edición prevista para el curso 2019-2020 y gracias al rediseño del máster y la nueva sede, la ratio de alumnos aumente.

4. Promoción implicados SIGC

La DEVA solicita que se dé a conocer este sistema y se está valorando implicar más aún a los directores.

5. Incrementar participación en todas las herramientas del SGCT

MMME informa que se está trabajando en la mejora de los indicadores y tasa de respuestas a los cuestionarios.

6. Profesorado

La DEVA solicita incrementar el perfil investigador del profesorado, por lo que se están estudiando distintas opciones para buscar un equilibrio entre doctores y profesionales. En este sentido AMH sugiere no prescindir de profesores con un perfil más profesional, ya que considera que aportan valor al máster.

7. Resultados aprendizaje

Se ha intentado equilibrar la carga de trabajo a lo largo del año, pero aún hay que seguir trabajando en este sentido.

8. Indicadores

Se va a proceder a analizar la discrepancia de algunos indicadores, sobre todo el relativo a la tasa de ocupación.

- **Revisión de las encuestas de satisfacción del título (Encuestas de satisfacción del profesorado y de satisfacción global)**

En general el alumnado está bastante satisfecho con el máster, ya que se han impartido asignaturas muy completas con casos prácticos y dinámicas de grupo, así como se ha valorado positivamente la implicación del profesorado en el proceso de aprendizaje. Incluso analizando la comparativa del master con el resto de programas de la LLS y del área de Management, emerge que la mayoría de los ítems se encuentra por encima de la media general.

Se procede a analizar la información relativa a las encuestas del programa transversal de Líderes para el Mundo, destacando que tanto el grado de satisfacción de las sesiones como del coaching es muy alto. El alumnado reconoce que hay cierto solapamiento de contenidos con la asignatura de Análisis de la Realidad, pero en general ha sido una experiencia muy positiva y de gran utilidad.

Por último, en relación al grado de Satisfacción global del título destacan con valoraciones positivas la atención recibida por el profesorado y los program managers. Hay ítems que se encuentran por debajo del 4, como la distribución temporal del título, la dirección del máster, SOI, SEE, la página web, el servicio de biblioteca o Secretaría General.

Entre las sugerencias de mejoras que emergen de las encuestas destacan la solicitud de incluir más Marketing Digital avanzado, enfocar las asignaturas Análisis de datos y de Investigación de mercados a la elaboración de estrategias de marketing, replantear la asignatura de Análisis de la realidad, mejorar la coordinación en el itinerario doble y sobre todo el servicio de Secretaría. Además, el alumnado solicita otro tipo de evaluación como se ha realizado en la asignatura de Marketing Social, en la que se ha elaborado una propuesta de mejora enfocada a una ONG real.

- **Definición de propuestas de mejora para el curso 2017/18**

Se recopilan las mejoras aportadas durante la reunión y formulan las siguientes propuestas:

- Matriculación de TFM justo antes de la defensa, como se realiza en Grado.
- Evaluación del coordinador de la asignatura por parte del profesorado.
- Revisar algunos ítems de las encuestas y reformularlos. Por ejemplo, indicar "En caso de que haya utilizado el servicio, evalúe"
- Realizar un informe donde recoger información de tipo cuantitativo.

Sin más que añadir, se concluye la reunión a las 10:30, M^a del Mar Maestre da agradecimiento y despide a los asistentes.
