

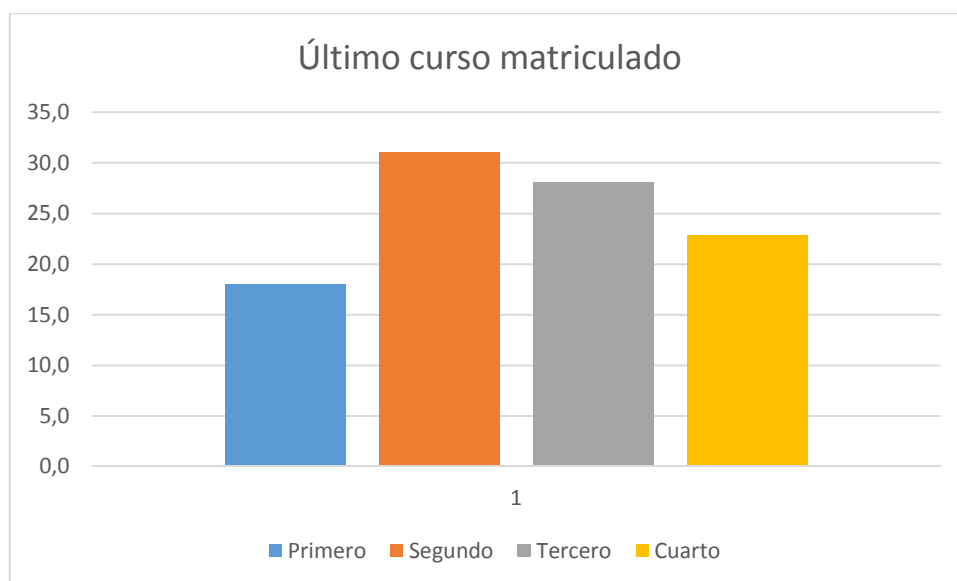
**RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE SATISFACCIÓN ALUMNADO  
GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS  
CURSO 2013-2014**

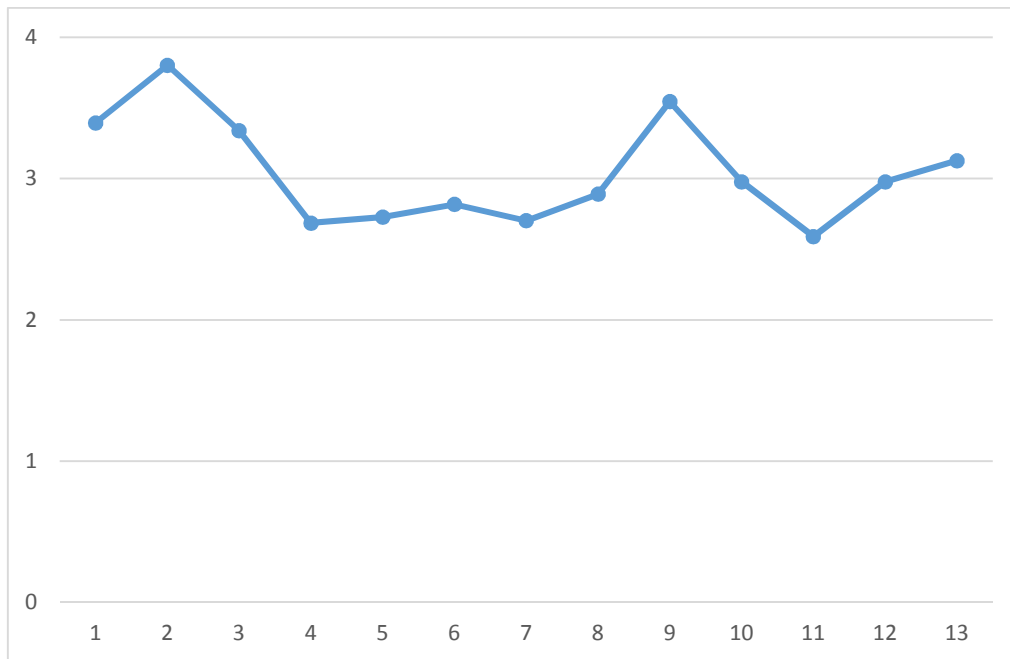
En el curso académico 2013-14 responden a la encuesta de satisfacción un total de 328 alumnos matriculados en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados, suponiendo una participación aproximadamente del 30% de los alumnos matriculados en el mencionado grado. La muestra se reparte de la siguiente forma:

Un 52,1% de los encuestados son mujeres frente a un 47,9% que son hombres.

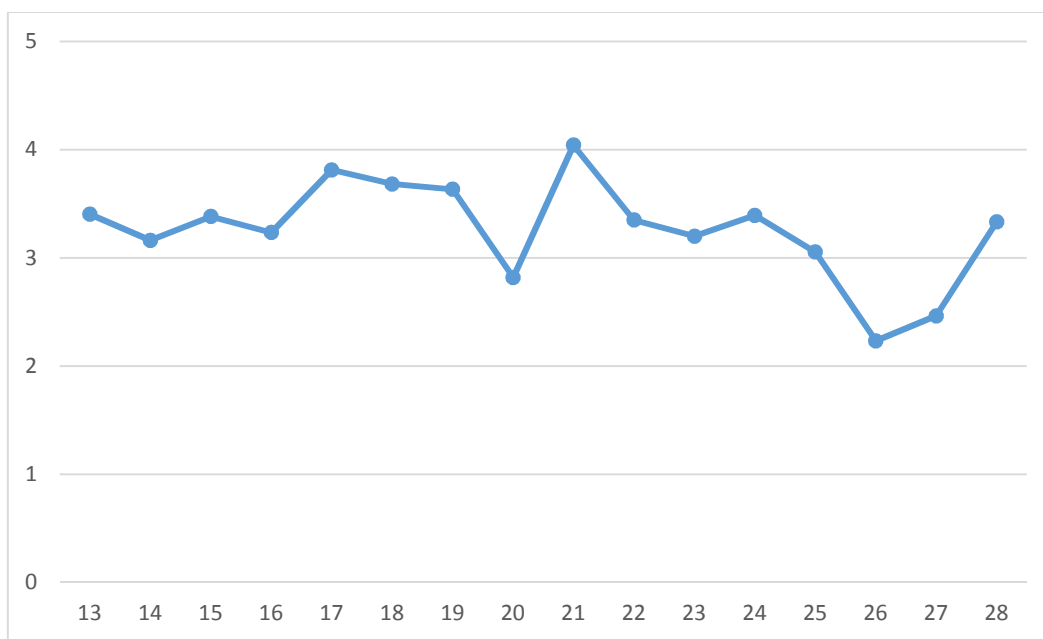


Respecto al último curso matriculado, de primero responden al cuestionario un 18%, de segundo un 31,1%, de tercero el 28% y de cuarto curso un 22,9%



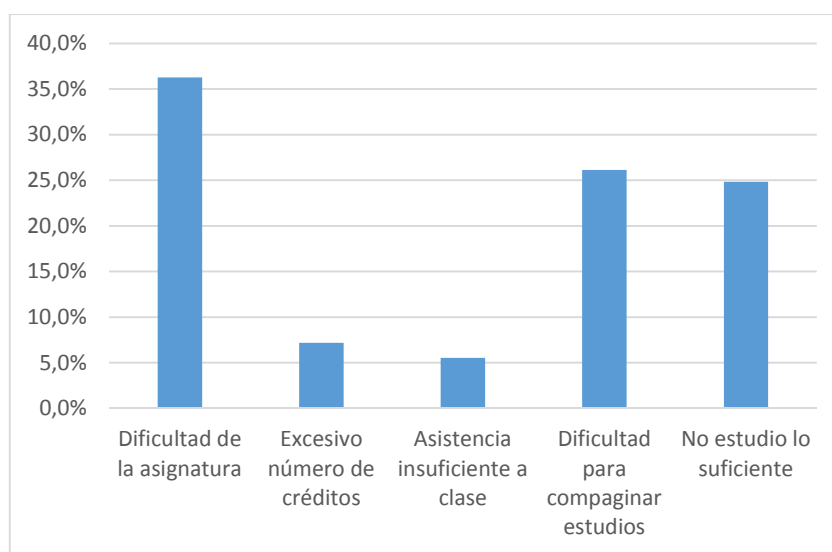


1. Información facilitada y/o disponible sobre la Titulación.....	3,40
2. Proceso de selección y admisión.....	3,80
3. Atención recibida durante el proceso de matriculación .....	3,34
4. Actividades de acogida en primer curso .....	2,69
5. Distribución de las asignaturas en la titulación.....	2,73
6. Contenidos de las asignaturas en la titulación.....	2,82
7. Coordinación entre el profesorado de las distintas asignaturas de la titulación.....	2,70
8. Servicio que presta el Coordinador del título .....	2,89
9. Si has participado, valora las activ. de apoyo a la formación.....	3,55
10. Prácticas externas curriculares (si las has realizado) .....	2,98
11. Prácticas externas extracurriculares (si las has realizado) .....	2,59
12. Programas de movilidad.....	2,98
13. Trámites realizados en Secretaría (expedientes, convalidaciones, etc.) .....	3,13



14. Valoración global del título .....	3,40
15. Profesorado de la Titulación .....	3,16
16. Personal de Secretaría .....	3,38
17. Personal de Biblioteca.....	3,23
18. Personal de Conserjería .....	3,81
19. Personal del aula de informática.....	3,68
20. Aulas, talleres, laboratorios y otros espacios de docencia .....	3,63
21. Servicio de reprografía .....	2,82
22. Servicio de limpieza.....	4,04
23. Imagen que tienes de la Universidad de Málaga .....	3,35
24. Programas de voluntariado existentes en la Universidad de Málaga.....	3,20
25. Respuesta de la UMA a las personas con necesidades especiales .....	3,39
26. Actividades de preservación/defensa del medio ambiente que realiza la UMA.....	3,05
27. Zonas verdes del Campus.....	2,23
28. Medios de transporte públicos para acceder a la Universidad de Málaga.....	2,46
29. Seguridad vial del Campus .....	3,33

## MOTIVOS DE NO PRESENTARSE A EXAMEN



Los motivos principales por los que el alumno decide no presentarse a examen quedan recogidos en el gráfico anterior, señalando como causa principal la dificultad de la asignatura en un 36,3% de los casos, seguido de un 26,1% de la dificultad de compaginar los estudios con otras obligaciones. Un 24,8% de los encuestados afirma no haber estudiado lo suficiente y 7,2% y 5,6% argumentan el excesivo número de créditos y la falta de asistencia a clase, respectivamente, como argumento para no presentarse a los exámenes.

## POR QUÉ ELEGISTE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Respecto a la pregunta de por qué el estudiante elige la Universidad de Málaga, hemos de señalar que es poco significativa ya que un 86,9% decide no contestarla. En el gráfico siguiente podemos ver gráficamente las respuestas del sobre el total de alumnos que sí contestaron la mencionada pregunta, es decir, el 13,1% restante. De esta forma si observamos el gráfico podemos ver como la mayoría de los que han contestado a esta pregunta afirman en el 62,8% de los casos que han elegido la UMA por proximidad al domicilio familiar. En el 14% la elección viene motivada por el entorno geográfico, un 9,3% afirman que la elección está motivada por la calidad de la titulación. Finalmente el 7% afirman que la elección se ha debido a la inexistencia del título en otras universidades, el 4,7% por criterios de selección y un 2,3% por prestigio de la universidad.

