

## AUTOINFORME SEGUIMIENTO curso 14/15 (Convocatoria 15/16)

### Datos de Identificación del Título

UNIVERSIDAD: [denominación de la Universidad]	
Id ministerio	4315121
Denominación del Título	Máster Universitario en Dirección y Gestión de Marketing Digital
Centro/s	Facultad de Comercio y Gestión
Curso académico de implantación	2014/15
Web del título	<a href="http://www.uma.es/master-en-direccion-y-gestion-de-marketing-digital/">http://www.uma.es/master-en-direccion-y-gestion-de-marketing-digital/</a> <a href="http://www.uma.es/facultadcomercio/info/71182/master-marketing-digital/">http://www.uma.es/facultadcomercio/info/71182/master-marketing-digital/</a>

En caso de título conjunto u ofertado en más de un centro (incluir esta información para el resto de universidades en caso de ofertar el título conjunto en más de una universidad o centro):

Universidad participante:	
Centro	
Curso académico de implantación	
Web del título en el centro	

.....

### I. Diseño, organización y desarrollo del programa formativo.

#### Análisis

Tras la verificación del Plan de Estudios por el Consejo de Universidades el 25 de julio de 2014, previos informes positivos de la Dirección de Evaluación y Acreditación de la Agencia Andaluza del Conocimiento (DEVA) de la Junta de Andalucía, y establecido el carácter oficial del título por Acuerdo de Consejo de Ministros de 26 de septiembre de 2014, el Máster en Dirección y Gestión de Marketing Digital inicia su implantación en el curso académico 2014/15.

El Título consta, de acuerdo con la memoria Verifica, de 75 créditos repartidos en tres semestres. De manera que el primer curso académico los alumnos reciben 60 créditos y los restantes 15 créditos, que corresponden al Trabajo Fin de Máster, se desarrollan durante el tercer semestre (primer semestre del segundo año). De acuerdo con ello, al final del curso académico 2014/15 aún no hay alumnos que hayan finalizado el Máster, puesto que el primer año de implantación sólo se ofertaron las materias correspondientes al primer curso del Título.

Previo al inicio del primer año, durante el mes de julio, se mantuvieron contactos con los departamentos implicados para la programación de las asignaturas, cuyos contenidos, actividades formativas, competencias y sistema de evaluación se ajustaron a lo explicitado en las correspondientes fichas del Verifica, a la Normativa interna de la Universidad de Málaga y a la estructura informática (PROA) del Vicerrectorado de Ordenación Académica. En este sentido, señalar el esfuerzo realizado por todos los agentes implicados en el proceso, para que en el curso académico 2014/15 se iniciara la impartición del Título.

Se matricularon de forma oficial 40 alumnos, previa petición a Distrito Único Andaluz de la ampliación del número de plazas ofertadas, de 35 a 40. Hubo un total de 154 solicitudes presentadas a través de la plataforma de Distrito Único. Las clases comenzaron el 21 de octubre de 2014, y finalizaron el 4 de junio de 2015. Una vez iniciadas las clases, dos alumnos anularon matrícula por motivos personales.

El primer día del curso se organizó una Jornada de Acogida para los estudiantes en las que la Coordinadora Académica del Máster informó a los estudiantes de diferentes aspectos organizativos del Título y se atendieron las dudas planteadas por los alumnos.

Antes del inicio del curso, y durante el desarrollo del mismo se realizaron reuniones con los profesores del Máster (09/10/14 y 12/02/15) para evitar desacoples y duplicidades en los contenidos de las diferentes asignaturas. Al mismo tiempo, se habilitó un espacio dentro del Campus Virtual de la UMA (posgrado) denominado “Sala de Coordinación” donde se fomentó el intercambio de información entre los distintos profesores de cara a mejorar la coordinación docente de las asignaturas. Cabe destacar el uso generalizado del Campus Virtual por los profesores del Máster tanto para establecer contenidos como para iniciar foros o comunicar tareas. Por otra parte, también se ha habilitado un espacio dentro de dicho Campus, denominado “Sala de alumnos” para facilitar el intercambio de opiniones entre la dirección del Máster y los alumnos.

Este primer año también se adaptó la normativa de las Prácticas Curriculares de la Facultad de Comercio y Gestión con el objetivo de incorporar los aspectos relativos a las prácticas del Máster.

En relación a las prácticas hemos de señalar que se firman 14 convenios con empresas, resultando en total una oferta de 23 plazas, las cuales se ocupan en su totalidad. Anualmente, desde el Centro se recaba información sobre tales prácticas, y se elabora un informe en el que se recogen datos de distintos aspectos tales como calificaciones, valoraciones tutores, alumnado, etc.

Puede consultarse en: [Informe prácticas de empresas](#)

(<https://drive.google.com/file/d/0Bx1JOgbKqhu1alBaMUJoczRDNzg/view?pref=2&pli=1>)

Al final de este curso académico se llevaron a cabo reuniones de la Comisión académica del Título al objeto de preparar un Reglamento de Trabajo Fin de Máster para el siguiente curso académico. Finalmente, se aprobó por la Junta de Centro de la Facultad, en sesión de 2 de julio de 2015.

Este primer curso académico se ha desarrollado con normalidad, tanto en los aspectos organizativos como académicos. Es destacable, en este sentido, el compromiso y esfuerzo realizado por la Facultad de Comercio y Gestión, la dirección del Máster, los miembros del equipo docente y la Unidad de Garantía de Calidad.

### **Fortalezas y logros**

- En relación al Programa formativo, la UMA dispone de estructuras administrativas y docentes que favorecen la coordinación (POD, Plataforma PROA, Normativas...).
- La Facultad de Comercio y Gestión dispone de Órganos Colegiados y Comisiones que bajo criterios de coordinación, propuestos por la UMA o a criterio del equipo decanal y Junta de Centro, realizan acciones orientadas a la coordinación vertical y horizontal de sus programas formativos. En todos estos órganos, los diferentes representantes de la comunidad universitaria tienen oportunidad de expresar su opinión sobre el programa formativo y realizar propuestas de mejora.

- Alta Demanda de alumnos, superior a la oferta.
- Disposición favorable a atender los requerimientos de los alumnos en cuanto a dudas o necesidades particulares, tanto por la dirección del Máster como por la Comisión Académica y profesorado. Esto ha dado lugar a que no se haya producido queja oficial alguna, pues la disposición general para resolver cualquier incidencia es total.

#### **Debilidades y decisiones de mejora adoptadas**

- Este primer curso, como consecuencia de las fechas en las que se aprobó el Verifica, toda la información relativa al Título no se pudo incluir en la Guía del Estudiante del curso 2014/15, pero para el curso 2015/16 sí que se ha incorporado.
- A pesar de los esfuerzos realizados para evitar duplicidades, se han detectado algunas, de manera que se ha solicitado a los coordinadores de las asignaturas que suban a la plataforma virtual “Sala de Coordinación de Profesores” el temario desglosado de las asignaturas para que todos conocieran los contenidos con idea de evitar tales solapamientos.
- Se ha detectado que los alumnos desconocen las Guías Docentes y los procesos de evaluación. En este sentido, se ha intentado dar una mayor difusión entre los alumnos indicándoles dónde puede acceder a tales guías y se les ha recomendado al profesorado que deje muy claro los sistemas de evaluación a seguir de acuerdo con lo especificado en la Memoria Verifica.

## **II. Información relativa a la aplicación del sistema de garantía interna de la calidad y de su contribución al título**

### **Análisis**

El Sistema de Garantía de Calidad (SGC), aplicable al título, fue diseñado según las directrices del programa AUDIT de la ANECA. El SGC está compuesto por dos manuales: Manual del Sistema de Garantía de la Calidad y Manual de Procedimientos del Sistema de Garantía de la Calidad. El Manual de Procedimientos del SGC se compone de los siguientes procedimientos: PE01 a PE06, PC01 a PC14 y PA01 a PA12. Su diseño fue realizado entre los meses de abril a septiembre de 2009. Se recibe el informe de evaluación positivo por parte de la ANECA en marzo de 2010, fecha en la que se comienza la implantación del SGC. Desde su fecha de aprobación hasta la actualidad se ha realizado anualmente una Memoria de Resultados del SGC. Dichas memorias se difunden públicamente a través de la [página web](#) de la Facultad de Comercio y Gestión.

El SGC de la Facultad de Comercio y Gestión, disponía inicialmente de 65 indicadores. En mayo de 2011 el Vicerrectorado competente, junto con las Comisiones de Garantía de la Calidad de los distintos Centros de la Universidad de Málaga, acordaron reducir el número de indicadores a 36. Entre ellos se recogen las cuatro tasas propuestas por la Comisión Universitaria para la Regulación del Seguimiento y Acreditación (CURSA).

Hasta la fecha se está cumpliendo con el proyecto inicial establecido para el despliegue e implantación de todos los procedimientos incluidos en la Memoria de Verificación. En las revisiones anuales del Sistema,

la Comisión de Garantía de la Calidad del Centro elabora una Memoria Anual de Resultados. En la mencionada Memoria se analizan los resultados de los indicadores y se valoran los logros alcanzados en las titulaciones.

En el SGC del centro, se establece que anualmente se revisará el Sistema y se analizarán los resultados alcanzados. Esta revisión viene reflejada en la Memoria Anual de Resultados, la cual se cumplimenta siguiendo el formato diseñado en la herramienta informática destinada a la gestión de este Sistema. Con la revisión anual del Sistema se revisan los procedimientos que conforman el Manual de Procedimientos y, en el caso de que fuera necesario, se mejoran y actualizan. Además, se analiza el cumplimiento de objetivos, el desarrollo de las acciones de mejora y se definen los nuevos objetivos y acciones de mejora para el siguiente curso académico. La valoración de los logros que ha alcanzado el título y el análisis de los indicadores son tenidos en cuenta para la toma de decisiones del título y la planificación de las acciones de mejora.

Para el cumplimiento de sus funciones la CGC de la Facultad de Comercio y Gestión, se reunió en el curso 2014-2015 en cinco ocasiones, cuyas actas se encuentran disponibles en la web propia de la Facultad, en el apartado de Calidad:

(<http://www.uma.es/facultadcomercio/cms/base/ver/base/basecontent/18829/calidad-fcg/>), así como en la aplicación informática ISOTools, utilizada por la Universidad de Málaga.

En el año 2011 se trasladó toda la información relativa al Sistema de Garantía de Calidad del Centro a una herramienta informática, lo que permitió agilizar la gestión de este sistema. Por lo tanto en la actualidad se dispone de una herramienta informática para la gestión de la documentación del SGC, a la cual se puede acceder a través de la siguiente dirección y con las credenciales que se detallan a continuación:

<https://universidad.isotools.org/>

Usuario: usuario\_comercio

Clave: usuario\_comercio95147

#### **Fortalezas y logros**

- . Disponibilidad del gestor documental ISOTools.
- . Apoyo institucional por parte del Vicerrectorado de Estudiantes y Calidad.
- . Cumplimiento del calendario oficial según Verifica, con elaboración de las Memorias Anuales de Resultados del SGC.
- . Valores de los indicadores de las Memorias de Resultados del SGC para la elaboración de las Memorias de seguimiento del Título.

#### **Debilidades y decisiones de mejora adoptadas**

- . Falta de algunos indicadores en el SGC, desde el Vicerrectorado de Estudiantes y Calidad se nos ha informado que está en vías de solución.

### **III. Profesorado**

#### **Análisis**

La dotación del profesorado del Máster depende de la asignación que proviene de los Departamentos implicados en el Título. En este primer curso académico se contó con 25 profesores. De ellos, más del 90 % son Doctores y proceden de los siguientes Departamentos:

Economía y Administración de Empresas: 36%  
Lenguajes y Ciencias de la Computación: 32%  
Derecho Civil, Eclesiástico del Estado y Romano: 4%  
Economía Aplicada (Matemáticas): 12%  
Economía Aplicada (Estadística y Econometría): 8%  
Psicología Social, Antropología Social, Trabajo Social y Servicios Sociales: 8%

Por categorías, el Profesorado del Máster, durante el curso 2014/15 se distribuyó del siguiente modo:

Catedrático de Universidad (CU): 8%  
Catedrático de Escuela Universitaria (CEU): 12%  
Profesor Titular de Universidad (TU): 32%  
Profesor Contratado Doctor: 20%  
Profesor Contratado Doctor Temporal: 8%  
Profesor Titular de Escuela Universitaria: 4%  
Profesor Asociado: 16%

Las actividades de enseñanza de este nuevo máster han supuesto una nueva experiencia para el profesorado, a la que se han adaptado aportando un trabajo extra.

Para complementar la labor del profesorado, se ha contado con varios ponentes invitados, todos ellos especialistas en las materias tratadas, pertenecientes tanto al ámbito profesional (personas con puestos de trabajo relevantes en las empresas o la administración) como académico (profesores especialistas en determinados temas). Se puede consultar en el Histórico de noticias de la Web del Centro:

<http://www.uma.es/facultadcomercio/cms/base/ver/collection/collection/13232/historico-noticias-comercio/>

Sirva de ejemplo, la siguiente:

<http://www.uma.es/facultadcomercio/noticias/la-asociacion-dircom-andalucia-participa-en-el-master-oficial-de-direccion-y-gestion-de-marketing-digital/>

#### **Fortalezas y logros**

- Implicación importante del profesorado en las labores formativas, intentando dar un contenido práctico a las asignaturas, destacando la buena disponibilidad e interés, lo que ha facilitado un buen ambiente de trabajo a lo largo de este primer curso.
- Participación de expertos en diferentes asignaturas con la realización de diferentes talleres, conferencias y seminarios. Esta participación, de hecho, ha fomentado que se realicen algunos acuerdos con empresas dentro del sector para la realización de prácticas curriculares de los alumnos.

#### **Debilidades y decisiones de mejora adoptadas**

- Como ya hemos comentado previamente, a pesar de los esfuerzos realizados para evitar duplicidades en las asignaturas, se han detectado algunas, imputables al hecho de que se trata del primer año de impartición del Título. En base a ello, se solicitó a los coordinadores a subir el programa detallado de su asignatura a la plataforma virtual “Sala Coordinación de Profesores Máster” con idea de que todos los Profesores estuvieran informados de los contenidos de las asignaturas, facilitando el intercambio de comunicación entre ellos para ajustar los contenidos y evitar tales solapamientos.

#### **IV. Infraestructuras, servicios y dotación de recursos**

### **Análisis**

El Título se imparte en la Facultad de Comercio y Gestión situada en el Complejo de Estudios Sociales y Comercio. Está dotada con unas modernas y amplias instalaciones que fueron inauguradas en el Curso Académico 2009/10.

De acuerdo con lo que aparece en el Informe Verifica, el Título ha podido disponer de todos los servicios que ofrece esta Facultad.

Una parte de la docencia se realiza en un aula habitual, que dispone de ordenador y cañón proyector para la realización de presentaciones. Otra parte importante de la docencia (a petición del profesor) se desarrolla en Aulas de Informática, donde cada alumno tiene a su disposición un ordenador donde poder seguir el proceso que el profesor explica y proyecta a través de un cañón. Asimismo, la Biblioteca del Centro dispone de bases de datos y fondos para la obtención de documentación, tanto para profesores como para alumnos.

### **Fortalezas y logros**

- Las infraestructuras: la Facultad de Comercio y Gestión está ubicada en unas instalaciones nuevas y modernas, con espacios comunes muy amplios, grandes salas de estudios y una espaciosa y completa biblioteca.
- El edificio tiene un entorno de fácil acceso ya que en su construcción se tuvo en cuenta la eliminación de barreras arquitectónicas.
- Dotación de las aulas: todas las aulas de la Facultad de Comercio y Gestión están equipadas con la más reciente y moderna tecnología, como se pone de manifiesto en el IN58 donde se valora la satisfacción con los recursos materiales.

### **Debilidades y decisiones de mejora adoptadas**

- Dada la alta demanda de la docencia de grado para las aulas de informática existentes en el Centro, se va a habilitar un espacio de apoyo a la docencia para el Máster dotando un aula con 39 equipos informáticos.
- 

### **V. Indicadores.**

#### **Análisis**

A continuación se exponen los indicadores que conforman el SGC, agrupados en indicadores CURSA, indicadores de satisfacción del centro y resto de indicadores del SGC

INDICADORES CURSA		
Denominación del indicador	Código	2014/2015
Tasa de graduación (porcentual)	IN03	No procede
Tasa de abandono (porcentual)	IN04	No procede
Tasa de eficiencia (porcentual)	IN05	No procede
Tasa de rendimiento (porcentual)	IN27	95,79
Tasa de éxito (porcentual)	IN28	100

Respecto a los valores alcanzados por los indicadores expuestos anteriormente, podemos concluir:

- No se dispondrán de datos tanto de la tasa de graduación, abandono y eficiencia hasta la finalización del curso 2015/2016.
- Tasa de rendimiento: muestra un valor excelente alcanzando un 95,79% en el curso analizado. Esta tasa es superior a la media de la UMA (79,2%). Al mismo tiempo hay que señalar que es superior a la media de las universidades públicas, tanto general como de la rama, siendo respectivamente de 90% y 89,3% (datos extraídos del informe “Datos Básicos del Sistema Universitario Español Curso 2014-2015” elaborado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte).
- Tasa de éxito: es de un 100%, superando la media de la UMA (90,55%) y cercano a la media a nivel nacional de las universidades públicas, tanto general como de la rama, siendo respectivamente de 98,7% y 98,5% (datos extraídos del informe “Datos Básicos del Sistema Universitario Español Curso 2015-2016” elaborado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte).

INDICADORES DE SATISFACCIÓN DEL CENTRO		
Denominación del indicador	Código	2014/15
Nivel de satisfacción de los estudiantes con el proceso de selección, admisión y matriculación (escala 1-5)	IN19	3,5
Nivel de satisfacción de los estudiantes con las actividades de orientación (escala 1-5)	IN24	2,67
Grado de cumplimiento de la planificación (escala 1-5)	IN26	4,03
Satisfacción del alumnado con los sistemas de evaluación (escala 1-5)	IN29	3,66
Grado de satisfacción de los alumnos que participan en programas de movilidad (enviados)	IN31	NP
Grado de satisfacción de los alumnos que participan en programas de movilidad (recibidos)	IN33	NP
Nivel de satisfacción de los usuarios respecto a los servicios de orientación profesional (escala 1-5)	IN35	4,11
Nivel de satisfacción con las prácticas externas (escala 1-5)	IN38	2
Nivel de satisfacción de los usuarios con respecto a la gestión de expedientes y tramitación de títulos (escala 1-5)	IN41	SD
Nivel de satisfacción del alumnado respecto a la actividad docente (escala 1-5)	IN49	3,78
Satisfacción de los grupos de interés con respecto a los recursos materiales (escala 1-5)	IN58	4
Nivel de satisfacción de los usuarios de los servicios (escala 1-5)	IN61	3,84

SD: Sin Datos; NP: No procede

Respecto a los valores alcanzados por los indicadores de satisfacción del centro, debemos aclarar varios aspectos:

- En primer lugar, y haciendo referencia a los Indicadores IN26, 29 y 49 (que se miden a partir de la Encuesta de opinión del alumnado sobre la actuación docente del profesorado, que gestiona el Centro Andaluz de Prospectiva) hemos de señalar que aunque sus valores se encuentran ligeramente por debajo de la media de la UMA (IN26=4,31; IN29=4,15; IN29=4,20), todos ellos presentan valores satisfactorios ya que superan el 70% de la escala de medición de los mismos.
- En segundo lugar, respecto a los valores de los Indicadores IN19, 24, 38, 58 y 61 (obtenidos de la encuesta de satisfacción del alumnado del Sistema de Garantía de Calidad) debemos aclarar que la mencionada encuesta solo ha sido cumplimentada por 3 alumnos motivo por el cual no entraremos a su evaluación ya que no las consideramos representativas de la opinión del alumnado de la titulación analizada en el presente informe.

### Fortalezas y logros

- Excelentes valores tanto de la tasa de rendimiento como de la éxito, superando en ambos casos a la media de la UMA y a la media a nivel nacional de las universidades públicas, tanto general como de la rama.

#### **Debilidades y decisiones de mejora adoptadas**

- Escasa participación del alumnado en la encuesta de satisfacción del Sistema de Garantía de Calidad. En este sentido en el presente curso se tomarán medidas para incrementar la misma.

#### **VI. Tratamiento de las recomendaciones realizadas en el informe de verificación, modificación y/o seguimiento.**

##### **Análisis**

En el informe de Seguimiento de la Agencia Andaluza del Conocimiento (DEVA) recibido en mayo de 2015 se fijaban las siguientes recomendaciones de mejora:

- Dotar a la web de una estructura organizativa similar a la que presentan las webs de los demás másteres oficiales de la Universidad de Málaga.
- Integrar las guías docentes de las asignaturas en la web
- Mejorar el acceso a la información referente a los plazos de preinscripción y matriculación

Todas estas recomendaciones han sido atendidas, como se puede observar en el siguiente enlace:

<http://www.uma.es/master-en-direccion-y-gestion-de-marketing-digital/>

#### **VII. Modificaciones introducidas en el proceso de seguimiento, no comunicadas al Consejo de Universidades.**

##### **Análisis**

No existen modificaciones relacionadas con el plan de estudios

#### **VIII. Plan de mejora del título.**

##### **Análisis**

En las acciones de mejora planteadas en la Memoria Anual del SGC para el curso 2014/15 no se incluía ninguna relacionada directamente con este título analizado puesto que se trataba del primer curso académico de su puesta en marcha.