

Acciones de mejora e indicadores. MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING DIGITAL

Elemento de referencia	Indicador	Responsable	Descripción de la acción de mejora	Objetivo/Estado de la mejora	Identificar la acción de mejora con los procesos de calidad	Vinculación con los objetivos de calidad de la FCS	Vinculación con los temas tratados en las Comisiones de Garantía de Calidad de la Facultad (CGC)	Consecución de las acciones de mejora durante el curso 2018-19
Planificación de las enseñanzas	La concreción de los sistemas de evaluación de la prueba final presencial.	Director del máster	Con el objetivo de atender la recomendación realizada en el informe final de verificación del Máster, se ha implantado concretando en los sistemas de evaluación el estableciendo de la prueba final consistente en un examen final presencial e individual	Esta medida permite que los sistemas de evaluación del Máster se equiparen a los utilizados en otros títulos de postgrado de la Universidad Antonio de Nebrija.	Recomendación realizada en el informe final de verificación del máster (09/01/17)	Equiparar los sistemas de evaluación a los utilizados en otros títulos de postgrado de la Uiversidad Nebrija	CGC curso 1718 (primera y segunda reunión)	Se ha incorporado este requisito a todas las Guías Docentes de la titulación.
Actividades extra-académicas	Valoración de los alumnos de cada una de las actividades	Director del máster	Organización de actividades extra-académicas con la intención de cubrir temas expresamente solicitados por los alumnos como de su interés.	Los alumnos han tenido la oportunidad de asistir a tres sesiones extra-curriculares en forma de jornadas celebradas por la	Las encuestas de los alumnos sobre calidad del programa mejoran	Aumentar la satisfacción y valoración de la calidad del programa en su conjunto	CGC curso 1718 (primera y segunda reunión) y reuniones del claustro de profesores del título	Para el curso 2018-19 se potenciará que todos los profesores organicen, mínimo, una

				ASOCIACIÓN DE MARKETING DE ESPAÑA. Y, además, participaron activamente en una sesión de DESIGN THINKING desarrollada por especialistas de IBM en la propia Universidad.	las posibilidades de aprendizaje y de contraste con la realidad profesional			actividad, e idealmente dos
--	--	--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------	--	--	-----------------------------

Indicadores para el MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN COMERCIAL Y MARKETING DIGITAL:

Título	Indicador	2017/2018
MU. en Dirección Comercial y Marketing Digital.	Tasa de rendimiento	59,20%
	Tasa de éxito	100,00%
	Tasa de evaluación	59,20%
	Satisfacción con la docencia	8.37
	Satisfacción con los servicios	5.99