

Acciones de mejora e indicadores

MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING Y PUBLICIDAD DIGITAL

Elemento de referencia	Indicador	Responsable	Descripción de la acción de mejora	Objetivo/Estado de la mejora	Vinculación con los objetivos de calidad del Centro	Consecución de las acciones de mejora durante el curso
Coordinación académica	Guías docentes del Máster en Marketing y Publicidad Digital	Coordinador del Máster en Marketing y Publicidad Digital	Revisión de las guías docentes	Proceso de actualización de las guías docentes	Mejorar los procesos de calidad	Planificación de envío, recepción y revisión de guías entre los meses de julio y septiembre.
Profesorado	Aumento del número de profesores Doctores Acreditados	Coordinadores de Grado y Postgrado	La mejora consiste en localizar a un mayor número de Doctores Acreditados que además tengan el perfil exigido y deseable. Internamente se propondrá también a los profesores permanentes que se acrediten.	El objetivo es subir el ratio de profesores Doctores Acreditados entre los permanentes y los profesores asociados de todas las titulaciones de la FCA, incluyendo el Máster en Marketing y Publicidad Digital	Mantener y exigir el rigor y la excelencia académica en el claustro de profesorado	Celebración de sesiones formativas al respecto para los profesores Doctores del Máster en Marketing y Publicidad Digital
Servicios de la universidad	Satisfacción servicios	Dirección de la FCA y Coordinador del Máster en Marketing y Publicidad Digital	Se comenzará a utilizar en el campus virtual la herramienta Blackboard Collaborate Ultra, que permite que las clases a distancia sean más dinámicas y el proceso más sencillo para profesores y alumnos, gracias a la disposición de la herramienta en sí misma.	Seguimiento de la satisfacción con los servicios.	Mejorar los procesos de calidad, realizando una reunión de seguimiento individual para cada título tras la Comisión de Garantía de Calidad.	Se realizarán cursos de formación para los profesores con esta nueva herramienta.

Indicadores para el Máster Universitario en Marketing y Publicidad Digital:

Título	Indicador	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020*
MU en Marketing y Publicidad Digital (Distancia) 4312987	Tasa de rendimiento	92,38%	89,55%	86,10%	87,61%
	Tasa de éxito	99,89%	99,54%	99,15%	99,91%
	Tasa de evaluación	92,48%	89,97%	86,63%	87,69%
	Satisfacción con la docencia	8	8,28	8,22	9,09
	Satisfacción con los servicios	8,31	9,19	8,88	7,88