

Acciones de mejora e Indicadores

El Proceso 5.2 para el análisis de resultados y mejora continua, establece que la CGC será la responsable de elaborar un informe anual con los resultados obtenidos, así como las propuestas de mejora surgidas tras el análisis de evaluación realizado. El plan de mejora establecido en la Memoria Anual de Análisis de Resultados será público y accesible a todos los grupos de interés a través de la página web de la Universidad.

MÁSTER EN MARKETING Y PUBLICIDAD DIGITAL

Proponemos como propuesta de mejora en la docencia la formación de los profesores en Metodología y Pedagogía online, además de la formación más técnica del Campus Virtual que ya están recibiendo. La mayoría de los profesores no han recibido nunca este tipo de formación y pensamos sería muy positivo para poder sacar todo el partido a las herramientas y técnicas que posibilita este tipo de formación: foros, debates, etc.

También proponemos un estudio sobre la asignatura de prácticas, para ver cómo vamos a proporcionar esta posibilidad a los cada vez más numerosos alumnos de fuera de España. Con respecto a la plataforma de e-learning BlackBoard y BlackBoard Collaborate, el software que soporta el Campus Virtual y las videoconferencias, consideramos que sería importante avanzar un paso más en la incorporación de mejoras en el mismo. Sería muy útil que el sistema de feedback a los alumnos en la corrección de los ejercicios fuera más cómodo e intuitiva, ya que tal como está ahora, no da los resultados necesarios. Referente a las videoconferencias (BlackBoard Collaborate) hemos detectado problemas en la función "Compartir aplicaciones", cuyo uso produce una ralentización en la comunicación, siendo, sin embargo una herramienta indispensable para impartir ciertas asignaturas técnicas. Por otra parte sería deseable poder cargar en la conferencias otros formatos diferentes a PPTs tales como PDFs".

Indicadores para el Máster en Marketing y Publicidad Digital:

Facultad de Ciencias de la Comunicación								
Título	Indicador	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/2013	2013/2014	2014/2015	2015/2016
MU en Marketing y Publicidad Digital (Distancia)	Tasa de rendimiento				90%		98,16%	73,40%
	Tasa de éxito				99%		99,72%	99,35%
	Tasa de evaluación				91%		98%	74%
	Satisfacción con la docencia				7,21	7,68	8,15	8,12
	Satisfacción con los servicios				7,32	5,09		7,38