

EXPEDIENTE Nº: 4314775

FECHA: 02/07/2018

INFORME FINAL

EVALUACIÓN PARA RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN

Denominación del Título	Máster Universitario en Neuromarketing por la Universidad Internacional de La Rioja
Universidad (es)	Universidad Internacional de La Rioja
Centro (s) donde se imparte	Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Humanidades
Menciones/Especialidades que se imparten en el centro	-
Modalidad (es) en la se imparte el título en el centro. En su caso, modalidad en la que se imparten las distintas menciones/especialidades del título	A DISTANCIA

ANECA conforme a lo establecido en el artículo 27.bis del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, en la modificación introducida por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio, ha procedido a realizar la evaluación para la renovación de la acreditación del título universitario oficial arriba citado.

La evaluación del título llevada a cabo por la Comisión de Acreditación de ANECA de forma colegiada ha considerado tanto el informe emitido por los expertos externos que realizaron la visita a la universidad, como el resto de la información disponible del título.

Una vez otorgado el plazo de 20 días para la presentación de alegaciones a la propuesta de informe remitida a la universidad, dicha Comisión de Acreditación emite el siguiente informe final de renovación de la acreditación.

CUMPLIMIENTO DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN

DIMENSIÓN 1. LA GESTIÓN DEL TÍTULO

CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

Estándar:

El programa formativo está actualizado y se ha implantado de acuerdo a las condiciones establecidas en la memoria verificada y / o sus posteriores modificaciones.

VALORACIÓN DEL CRITERIO

El Máster Universitario en Neuromarketing es un título de 60 créditos ECTS que se imparte en la modalidad a distancia desde su implantación en el curso en el curso 2015-2016. En septiembre de 2016 se modifica la memoria verificada con cambios mínimos que aparecían como recomendaciones en el Informe de Verificación elaborado por ANECA.

En términos generales, la implantación del plan de estudios y la organización del programa son coherentes con el perfil de competencias y objetivos del título recogidos en la memoria verificada y su posterior modificación.

La universidad cuenta, dentro del Sistema de Garantía Interno de Calidad (SGIC), con un procedimiento que permite la actualización y revisión del perfil de egreso del Máster. Tanto el claustro que imparte docencia en el Máster como el comité de expertos creado a tal efecto consideran que el perfil de egreso es adecuado en relación a su relevancia y actualización dada la naturaleza del Máster. Se aportan como evidencia, junto al Informe de Autoevaluación, las actas de las reuniones celebradas al completarse la docencia del primer curso implantado.

Por otro lado, la universidad ha contratado a una empresa de consultoría para la realización de encuestas que permitan informar tanto sobre la inserción laboral de los egresados como sobre el grado de satisfacción de todos los grupos implicados. Sin embargo, en estos momentos no se cuenta con la evaluación del perfil de los egresados del Máster ya que no ha transcurrido al menos un año desde el egreso de la primera promoción (2015-16). La universidad está desarrollando el proyecto UNIR Alumni con objeto de hacer un seguimiento más pormenorizado de la trayectoria de los egresados.

De acuerdo con el Informe de Autoevaluación, las responsabilidades de coordinación horizontal del Máster recaen sobre la directora académica del título que se encarga de verificar el contenido de las guías docentes y la relación entre las asignaturas, evitando vacíos y duplicidades. También se encarga de mantener un contacto permanente con el claustro de profesores a través de reuniones y comunicaciones de correo y teléfono.

Durante el único curso académico en el que se ha analizado el Máster, 2015-16, el número de estudiantes matriculados no ha superado el número de plazas establecido en la memoria verificada. En dicha memoria verificada estaban previstas 50 plazas para dicho curso, y el número de matriculaciones ha sido de 37 estudiantes.

En relación al perfil de ingreso y criterios de admisión, según la memoria verificada podrán acceder al Máster los graduados, licenciados o diplomados en Administración y Dirección de Empresas (ADE) o ámbitos similares con interés en el marketing y la psicología. El título también puede ser cursado por

profesionales del sector que poseen un título universitario oficial. Aunque el Informe de Autoevaluación no aporta datos concretos sobre la aplicación de estos criterios, sin embargo, las evidencias aportadas señalan que el 90% de los matriculados corresponden a graduados en ADE o ámbitos similares con interés en el marketing y la psicología y el 10% restante corresponde a titulados en otras áreas con experiencia profesional.

A este respecto, el Informe de Seguimiento del título elaborado por ANECA decía explícitamente que se aporta un gráfico según el cual el 40% de los accesos proceden del Grado en Administración de Empresas; el resto procede de Psicología (30%), Publicidad (40%) e Ingeniería de Sistemas (10%). Indirectamente la universidad está considerando que los títulos de Psicología, Publicidad e Ingeniería de Sistemas son afines al de Administración de Empresas (Evidencia E01). Esta afinidad no se considera adecuada dadas las distintas competencias que se alcanzan en estos grados en comparación con el de ADE o titulaciones afines. En base a esto, el Informe de Seguimiento recomendaba incluir complementos de formación en el Criterio 4.5 para que se pueda permitir el acceso a los titulados graduados en otros ámbitos diferentes a los de ADE. En el Informe de Autoevaluación de la Universidad no se hace ninguna referencia sobre este punto. Por otro lado, en el apartado de 'Acceso' de la página web propia del título se da el mismo tratamiento de acceso a los titulados en marketing, ADE, publicidad, psicología o turismo.

Durante la visita del panel de expertos a la universidad, se le preguntó a la responsable del Máster sobre este punto, quien señaló que habían reflexionado sobre el tema pero que seguían pensando que los complementos de formación no son necesarios puesto que se han analizado los resultados de los egresados y no son diferentes en función del ámbito de procedencia.

La normativa académica del título (permanencia y reconocimiento y transferencia de créditos) se corresponde con la establecida en la memoria verificada.

La normativa de reconocimiento y transferencia de créditos permite el reconocimiento de hasta 9 créditos por experiencia profesional y/o títulos propios. Según el Informe de Autoevaluación de la universidad no se han reconocido créditos por ninguna de las dos posibilidades.

El claustro de profesores del Máster es el encargado de generar los materiales de aprendizaje, las actividades y las prácticas de las asignaturas realizando las revisiones y adaptaciones que indique la directora académica del Máster. Las evidencias aportadas muestran las acciones de mejora tomadas tanto para que las clases presenciales virtuales puedan ser compatibles con el horario de Latinoamérica como para mejorar la coordinación de los TFM (Evidencia 'E2_Documentación o informes coordinación entre materias asignaturas o equivalentes_MU_NM', incluida junto con el Informe de Autoevaluación).

Asimismo, el Máster cuenta con una técnica de organización docente encargada de la coordinación de distintos aspectos operativos del título: acceso a las plataformas de aprendizaje, credenciales de los profesores, reportar problemas de funcionamiento, gestión de los exámenes, etc.

En el sistema de encuestas implantado por la universidad no hay ningún ítem en el que se pregunte directamente por la coordinación docente a los estudiantes. No obstante, éstos valoraron con un 4.3 sobre 5 (en una escala de 1 a 5) la coherencia entre las asignaturas del plan de estudios durante el curso 2015-16. Asimismo, los profesores valoraron con 5 sobre 5 (en una escala de 1 a 5) el ítem sobre 'Comunicación con el Coordinador Académicos de la titulación' y con 4.3 sobre 5 (en una escala de 1 a 5) el ítem 'Trabajo cooperativo con otros docentes de la asignatura'.

CRITERIO 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

Estándar:

La institución dispone de mecanismos para comunicar de manera adecuada a todos los grupos de interés las características del programa y de los procesos que garantizan su calidad.

VALORACIÓN DEL CRITERIO

La página Web del Máster Universitario en Neuromarketing de la Universidad Internacional de La Rioja recoge información adecuada y actualizada sobre las características del programa formativo, su desarrollo y sus resultados.

La página web del Máster pone a disposición de los usuarios, dentro del enlace 'Consulta la documentación oficial', la última memoria verificada con los anexos correspondientes, así como el Informe favorable de verificación del título de 9 de julio de 2014. Asimismo, está disponible la Resolución del Consejo de Universidades de 9 de octubre de 2014, la autorización de implantación del Máster por parte del Gobierno de La Rioja de 10 de marzo de 2015, los informes de modificación de 29 de septiembre de 2016 y 3 de abril de 2017 y el Informe de seguimiento de 30 de noviembre de 2016. El futuro estudiante puede comprobar la oficialidad del título gracias a los enlaces situados en este mismo apartado que conducen tanto a la publicación oficial del título en el Boletín Oficial del Estado (BOE) como al Boletín Oficial de La Rioja (BOR).

El enlace al buscador del Registro de Universidades, Centros y Títulos conduce directamente al título objeto de evaluación.

La información relativa al Sistema de Garantía Interno de Calidad (SGIC) está disponible dentro del enlace 'Sistema de Calidad', en el que se ofrece información específica sobre la política, objetivos y valores del SGIC de la UNIR. Por otra parte, la Web del SGIC permite a sus usuarios conocer su estructura, así como las funciones que desempeña la Unidad de Calidad (UNICA) y las Unidades de Calidad de la Titulaciones (UCT).

El apartado 'Normas de organización y funcionamiento' alberga un enlace que contiene toda la información sobre la normativa general que incluye el reglamento de acceso y admisión de estudios oficiales, la normativa de permanencia, la normativa de reconocimiento y transferencia de créditos, y las normativas de evaluación académica, así como la relativa a las calificaciones y media de expedientes. También se puede acceder a los reglamentos de TFG y TFM y del Archivo General de la UNIR y a las condiciones generales de matrícula. Las normativas universitarias de ámbito General y Autonómico también están disponibles, así como las específicas para algunos títulos de Grado y Máster. Asimismo, la Web del Máster incluye un enlace al sistema de reconocimientos específico para este título.

La universidad cuenta con un departamento específico de Atención a las Necesidades Especiales (SANNEE) para prestar apoyo a estudiantes en situación de diversidad funcional y de un Servicio de Orientación Académica (SOA), cuyo fin es ayudar a los estudiantes en sus estudios, teniendo en cuenta sus circunstancias laborales y familiares. El enlace a este servicio está disponible en la Web del título.

La página Web del Máster recoge los principales resultados del título del curso 2015-2016.

La información relacionada con el plan de estudios es completa en los aspectos más relevantes. Las guías docentes son accesibles y públicas, así como los horarios de clase y el calendario de exámenes;

igualmente entre la información disponible de cada asignatura aparece un pequeño resumen curricular de los profesores. Existen enlaces al calendario académico con las fechas a tener en cuenta por el estudiante, así como las comunidades autónomas o países sedes donde se realizan los exámenes presenciales al final de cada cuatrimestre.

Los estudiantes disponen de información suficiente en el momento adecuado en relación con temas de importancia como calendario del periodo lectivo, aula virtual, profesorado, calendario de exámenes, sistemas de evaluación, resultados del aprendizaje y guías docentes.

CRITERIO 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC)

Estándar:

En este criterio se analiza si la institución dispone de un sistema de garantía interna de la calidad formalmente establecido e implementado que asegura, de forma eficaz, la calidad y la mejora continua de la titulación.

VALORACIÓN DEL CRITERIO

La UNIR dispone de un SGIC común a todas las titulaciones que está soportado fundamentalmente en dos comisiones: Una comisión central, la Unidad de Calidad de la UNIR (UNICA) y una comisión específica para cada titulación, la Unidad de Calidad de la Titulación (UCT). El análisis de la información y las acciones de mejora residen fundamentalmente en estas dos comisiones.

Se aportan actas de las reuniones de la UNICA (dos por curso) y la UCT (tres en el curso 2015-16 y una en el 2016-17).

Los sistemas de recogida de información están estructurados y el SGIC cuenta con un procedimiento específico para el tratamiento de Solicitudes, Reclamaciones y Sugerencias.

El responsable del título se encarga, mediante la UTC, de la elaboración del Informe Anual en el que también se incluyen los resultados de la titulación y la satisfacción de los grupos de interés. El informe una vez supervisado por el Departamento de Calidad se sube al repositorio documental del título.

La encuesta a egresados y estudiantes incluye ítems referidos a la calidad de la formación recibida.

Las actas de las reuniones de la UTC y el informe interno final del curso 2015-16 recogen propuestas de acciones de mejora.

DIMENSIÓN 2. RECURSOS

CRITERIO 4. PERSONAL ACADÉMICO

Estándar:

El personal académico que imparte docencia es suficiente y adecuado, de acuerdo con las características del título y el número de estudiantes.

VALORACIÓN DEL CRITERIO

Durante la primera convocatoria del título, un total de once profesores han impartido docencia. El claustro ha estado compuesto por dos profesores agregados, un profesor adjunto, tres profesores asociados y cinco profesores colaboradores. Los datos incluidos en la memoria verificada del título consideraban necesaria para la composición del claustro un 50% de profesores doctores, y un 30% de profesores doctores acreditados. En la primera promoción del título, un 73% de los profesores del claustro son doctores y un 45% son doctores acreditados. Por ello se habría cumplido el compromiso adquirido en la memoria verificada sobre estos aspectos. La experiencia docente e investigadora de los profesores que componen el claustro se corresponde con el establecido en dicha memoria.

Tal como ya se señalaba en el Informe de Seguimiento de ANECA todos los profesores que han impartido las asignaturas del Máster tienen experiencia docente, y más de un 80% tienen experiencia profesional en el campo del marketing y la psicología, y un 60% tiene experiencia en el campo más concreto del neuromarketing. La distribución del personal académico entre las diferentes asignaturas del título es adecuada atendiendo a su perfil académico y experiencia docente e investigadora.

La satisfacción de los estudiantes con el profesorado es superior a 4 sobre 5, en 2015-16, en todas las asignaturas menos en una. También es buena la valoración de los directores de TFM por parte de los estudiantes. El ítem 'Recomendaría su director de TFM a otros compañeros' ha sido valorado con un 4.8 sobre 5.

El personal académico que ha impartido la docencia del Máster durante el curso 2015-16 se considera suficiente. Sin embargo, el punto más débil del profesorado es el referido a la tipología de contratación que ha utilizado la universidad. Este punto ya quedaba reflejado en el Informe de Seguimiento de ANECA. La memoria verificada del título preveía que el 50% del profesorado sería personal doctor contratado en las figuras de profesor agregado o adjunto. Sin embargo, sólo el 19% de las horas docentes dedicadas al Máster han estado atendidas por este tipo de profesorado. El resto de horas han sido atendidas por profesorado asociado (40%) o colaborador (41%). La figura de profesor colaborador no aparecía recogida en la memoria verificada y, según la definición de la propia universidad, se corresponde con titulados universitarios que acceden por primera vez a la docencia a los que se les encomienda una o varias asignaturas bajo la supervisión de un profesor de superior categoría. En este sentido, sólo 4 de los 11 profesores que han participado en la docencia del Máster se corresponde con personal que trabaja en exclusividad para la universidad.

La universidad en su Informe de Autoevaluación indica que en la actualidad, la Facultad de Ciencias Jurídicas, Sociales y Humanidades, en la que se inscribe el Máster Universitario en Neuromarketing, está inmersa en un plan de contratación de profesorado que tiene como objetivo aumentar el número de profesores fijos con dedicación plena a la Universidad. Este plan permite predecir que el número de profesores a tiempo completo aumentará en los próximos años.

En las evidencias se pone de manifiesto el apoyo institucional de la UNIR a la formación e innovación del profesorado, a través del Servicio de Atención al Profesorado (SAP) que se encarga de la formación y el seguimiento de los profesores de nueva incorporación en los aspectos técnicos, así como de impartir las sesiones formativas sobre el uso de plataformas y aplicaciones para todos los profesores. Según el Informe de Autoevaluación, el 54% del profesorado del Máster ha seguido cursos de formación con el SAP por tratarse de profesorado de nueva incorporación a la universidad.

CRITERIO 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

Estándar:

El personal de apoyo, los recursos materiales y los servicios puestos a disposición del desarrollo del título son los adecuados en función de la naturaleza, modalidad del título, número de estudiantes matriculados y competencias a adquirir por los mismos.

VALORACIÓN DEL CRITERIO

El Máster cuenta con el apoyo del personal de gestión y administración (PGA) de la universidad. Según el Informe de Autoevaluación este personal se organiza de manera adecuada en torno al Departamento de Recursos Docentes y Documentación (DEMON), a la Unidad de Servicios y Tecnología, a la Unidad de Operaciones y a la Unidad de Organización Académica. Esta última se encarga de desarrollar las funciones que garantizan el correcto desarrollo de la docencia desde el punto de vista de la calidad y la adecuación del personal docente.

Además, el título cuenta como elemento fundamental de apoyo a las actividades formativas con 4 tutores personales para atender a cada una de las promociones del Máster. Estos tutores personales se encargan de poner en contacto a los estudiantes con el resto de colectivos, aunque sin resolver ninguna duda académica. Durante la visita el panel a la universidad, corroboró con estudiantes y egresados que los tutores personales están realizando adecuadamente las funciones que tienen encomendadas.

La universidad cuenta con los recursos materiales de la sede principal, en Logroño, y de la sede de Madrid. Según el Informe de Autoevaluación ambas sedes cuentan con espacios equipados para el profesorado que desea impartir sus clases o para aquellos que requieran soporte presencial en sus primeras clases, además de aulas plató completamente equipadas para la grabación de las lecciones magistrales.

Se cuenta con un 'Laboratorio de Neuromarketing' específico del Máster. El profesorado durante la audiencia con el panel de expertos, indicó que se utiliza para la investigación y para mostrar, como se realizan los experimentos de neuromarketing a través de sesiones en streaming. El laboratorio está localizado en Madrid y los estudiantes pueden acudir a algunas de las sesiones de manera presencial. A este respecto, los estudiantes que no pueden acudir, por su localización, a las pruebas presenciales opinaron que se deberían implementar acciones que permitieran la presencia física de todos los estudiantes a las sesiones de experimentos.

La universidad cuenta también con la figura de los tutores personales cuya función principal es el acompañamiento del estudiante, ayudándole a resolver cualquier duda de índole no académica. El título evaluado se imparte en la modalidad a distancia. Para ello la universidad cuenta con infraestructuras tecnológicas adecuadas que permiten atender al número de estudiantes matriculados. Se dispone de software específico como el gestor documental Docuware o el AdobeConnect así como del soporte técnico pertinente.

La valoración que hacen los estudiantes sobre el campus virtual de la universidad globalmente es de 3.9 sobre 5. El ítem peor valorado a este respecto es el referido a la utilidad de la Biblioteca UNIR que únicamente merece un 2.7 sobre 5 en el curso 2015/16. En los siguientes cursos académicos se ha obtenido un 6.4 sobre 10 en el curso 2016/17 y un 7.4 en el curso 2017/18.

La valoración del profesorado sobre el campus virtual es más alta, alcanzando un 4.3 sobre 5.

Las prácticas externas del Máster tienen un carácter optativo. Durante el curso 2015-16 cuatro estudiantes cursaron las prácticas externas en empresas de las que se proporciona como evidencia únicamente su denominación y que no aparecían originalmente entre las empresas con convenio en la memoria verificada (Evidencias: 'E15_Listado de las memorias finales de prácticas_MU_NM' y 'memoria_4314775' incluidas junto con el Informe de Autoevaluación).

En el Informe de Autoevaluación se detalla el procedimiento aplicado por la universidad para la gestión de las prácticas, que se considera muy adecuado dada la naturaleza de las mismas. La coordinación de las prácticas externas recae en el Departamento de Prácticas, que junto a la directora académica se encarga de coordinar y gestionar las prácticas en los diferentes centros de trabajo y de gestionar nuevos convenios de colaboración con las empresas.

El Informe de Seguimiento de ANECA señalaba la dificultad de la universidad para firmar nuevos convenios con empresas para realizar prácticas relacionadas con el neuromarketing, indicando que esta cuestión debería ser objeto de especial atención especialmente, si como dice la Universidad, se solicitara un incremento de la oferta de nuevos estudiantes en el título. En el Informe de Autoevaluación no se hace referencia a estas dificultades y durante la visita, el equipo de dirección no mostró incidencias al respecto.

La universidad realiza encuestas para valorar la satisfacción de los tutores de la empresa acerca del rendimiento de los estudiantes y de la gestión de la UNIR, así como a los tutores de la UNIR sobre su propia gestión. La media de la puntuación de los cuatro ítems evaluados está en el intervalo de 4 y 5 (escala de 1 a 5).

DIMENSIÓN 3. RESULTADOS

CRITERIO 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Estándar:

Los resultados de aprendizaje alcanzados por los titulados son coherentes con el perfil de egreso y se

corresponden con el nivel del MECES (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) de la titulación.

VALORACIÓN DEL CRITERIO

Las actividades formativas propuestas en las guías docentes de las asignaturas son apropiadas para la modalidad de enseñanza a distancia. Éstas consisten básicamente en sesiones síncronas que se imparten semanalmente, lecciones magistrales grabadas, sesiones de dudas online y foros. También existen dos sesiones in streaming de pruebas del laboratorio de neuromarketing.

En cuanto al TFM, durante las entrevistas, la responsable del Máster señaló que se están llevando acciones de mejora para involucrar a los estudiantes en el TFM desde el comienzo de la asignatura y de esta manera mejorar la tasa de rendimiento de la asignatura. Esto ya aparece como acción de mejora en el Informe de Autoevaluación. Algunos de los TFM se hacen en temas relacionados con la empresa en la que estos trabajan. Además, se están empezando a realizar TFM conjuntos aunque con memorias y defensas individuales.

Los sistemas de evaluación se corresponden con los propuestos en la memoria del título y son acordes a la naturaleza de las materias. Todas las asignaturas tienen un examen final presencial que da lugar al 60% de la calificación. El 40% restante de la calificación se obtiene a través de la evaluación continua que se plantea con distintas actividades, casi siempre de carácter no presencial, que se desarrollan a lo largo del curso. Para que la calificación de la evaluación continua sea tenida en cuenta es necesario haber superado el examen presencial, obteniendo al menos una calificación de 3 sobre 6. Por otro lado, las deficiencias mencionadas por el Informe de Seguimiento de ANECA sobre los porcentajes de los distintos sistemas de evaluación parece que se han corregido en las actuales guías docentes.

La valoración que otorgan los estudiantes y el profesorado en la encuesta de satisfacción a las cuestiones relacionadas con el plan de estudios es de 4.3 y 4.4 sobre 5, respectivamente.

En general los resultados del aprendizaje son coherentes con el nivel 3 del MECES y satisfacen los objetivos del programa formativo. No obstante, las competencias mostradas a través de los TFM aportados como evidencias son limitadas. En todos los casos los estudiantes parten de los datos de experimentos de neuromarketing sin haber participado directamente en ellos. Aunque en los TFM se describe el experimento como si los estudiantes los hubieran realizado, en las entrevistas se constató que el estudiante, como mucho, ha podido ver en dos sesiones en streaming como otros realizaban experimentos similares. Esto podría limitar el alcance de la competencia CE3 ‘‘Usar los diversos soportes, herramientas y canales empleados en el neuromarketing’’ que aparece en la memoria verificada.

Por otra parte, en los TFM se muestra exclusivamente un análisis cualitativo de los datos obtenidos en los experimentos. Se plantean hipótesis que se contestan, pero sin llegar a contrastarse con técnicas cuantitativas apropiadas dados los datos que se disponen. Esto limita el alcance de la competencia CE8 ‘Interpretar los resultados que proporcionan las herramientas tecnológicas de uso habitual en neuromarketing para su utilización en el ámbito del marketing y la publicidad’ que aparece en la memoria verificada. A este respecto, durante la visita, se preguntó a los grupos implicados sobre la conveniencia de incluir contenidos obligatorios de técnicas cuantitativas que permitieran analizar los resultados bajo este enfoque. Tanto la responsable del título como el profesorado contestaron que no se lo habían planteado pero que no lo veían necesario.

Una de las estudiantes entrevistadas contestó que podría ser un complemento adecuado al análisis cualitativo.

CRITERIO 7. INDICADORES DE SATISFACCIÓN Y RENDIMIENTO

Estándar:

Los resultados de los indicadores del programa formativo son congruentes con el diseño, la gestión y los recursos puestos a disposición del título y satisfacen las demandas sociales de su entorno.

VALORACIÓN DEL CRITERIO

En relación a la tasa de graduación del título, debido al calendario de implantación del título, en el momento de la entrega del Informe de Autoevaluación por parte de la universidad dicha tasa no había podido ser calculada.

La tasa de abandono para el curso 2015-2016, fue del 16,2%, frente al 25% estimado en la memoria verificada. Para este curso la tasa de eficiencia fue del 100%, mientras que la tasa de rendimiento fue del 95%.

La valoración de la satisfacción de los estudiantes con diferentes aspectos de la titulación, para el curso 2015-2016, ha sido de 3.9 sobre 5 acerca del campus virtual, 4.1 sobre 5 sobre su organización general, 4.3 sobre 5 sobre el plan de estudios y 4.7 sobre 5 sobre los tutores.

La satisfacción del profesorado con la organización general, el aula virtual, los tutores, los estudiantes, el plan de estudios y la formación/investigación han sido, respectivamente, 4.6, 4.3, 4.6, 4.6, 4.4 y 4.2 sobre 5 durante el curso 2015-2016.

La valoración de la satisfacción del Personal de Gestión y Administración acerca de su compromiso global es de 3.2 sobre 5, 3 sobre 5 acerca de la cultura y estilo de trabajo, 4.1 sobre 5 sobre el ambiente y trabajo en equipo, 3.4 sobre 5 sobre la tarea profesional y 2.9 sobre 5 sobre el entorno de trabajo y medios.

Dado que sólo ha habido una promoción de titulados, no existen todavía encuestas de satisfacción a los empleadores y egresados. Por el mismo motivo tampoco se tienen datos sobre inserción laboral.

En relación a la no existencia de encuestas de satisfacción a empleadores, egresados y la falta de datos sobre inserción laboral, la universidad tras la recepción del informe provisional de renovación de la acreditación, en su plan de mejora la universidad asume los siguientes compromisos:

- Realizar estudios de satisfacción de egresados, empleadores e inserción laboral.

- Analizar la información relativa a dicho estudio.

MOTIVACIÓN

Una vez valorados los anteriores criterios de evaluación, la Comisión de Acreditación de ANECA emite un informe final de evaluación para la renovación de la acreditación en términos FAVORABLES

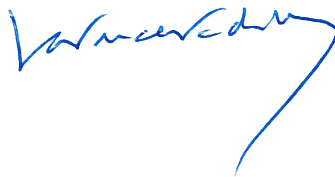
Por otro lado, se establecen las siguientes recomendaciones:

Analizar la evolución de la satisfacción de los estudiantes del título con la Biblioteca, con el fin de identificar posibles mejoras que se puedan establecer para las necesidades concretas de este Máster.

Realizar estudios de inserción laboral de los egresados del título, con el objeto de que la información recogida pueda servir como elemento de análisis, revisión y posible mejora del título.

El seguimiento de este título por parte de ANECA tendrá un carácter BIENAL.

En Madrid, a 02/07/2018:



El Director de ANECA