

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
1 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

0. Introducción.

La finalidad del presente documento es realizar el seguimiento de la Implantación del Sistema de Aseguramiento Interno de la Calidad (en adelante SAIC), a través de un análisis cuantitativo y cualitativo del funcionamiento del título. Todos los resultados, análisis y conclusiones son tratados por la Comisión de Calidad de la Facultad siendo públicos y puestos a disposición de la comunidad universitaria a través del siguiente enlace:

<https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/documentacion-sgic>

Organización del SAIC en la Facultad y en la titulación

La responsabilidad del SAIC recae sobre el Coordinador de Calidad y la Comisión de Calidad. El representante de la titulación en la comisión de calidad es Silvia Moya. La comisión de calidad se ha reunido durante el curso 2017-2018 en 2 ocasiones.

Miembros de la Comisión de calidad

COMISIÓN DE CALIDAD DE LA FACULTAD			
FECHA DE APROBACIÓN:			
NOMBRE	TIPO	CATEGORÍA	CARGO COMISIÓN
Ginés Santiago Marco Perles	PDI	Decano	Presidente
			Responsable del Grado en Filosofía Online
			Responsable del Master Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional
			Responsable del Máster Universitario en Ciencias del Matrimonio y la Familia
Alfredo Esteve Martín	PDI	Coordinador	Grado de Filosofía
María Díaz del Rey	PDI	Secretaria Académica	Coordinadora de Calidad
José Alfredo Peris Cancio	PDI	Coordinador	Responsable del Máster Universitario en Doctrina Social de la Iglesia
Enrique Estellés	PDI	Coordinador	Responsable del Máster Universitario en Ciencias del Matrimonio y la Familia
Ángela Calero	PDI	Coordinadora	Grado de Trabajo Social
Silvia Moya Rozalen	PAS	Coordinadora de Postgrado	Representante del PAS
María Navarro	ALUMNO	Alumna	Representante Estudiantes
Isabel Miguel-Sin Bolea	PAS	Técnico de Calidad	Representante Oficina de Calidad

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
2 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

Enlace al Manual de Calidad y de Procesos

Se puede acceder a los documentos del SAIC del Master Universitario en marketing político y comunicación institucional a través de siguiente enlace:

<https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/documentacion-sgic>

A su vez, algunos procedimientos del SAIC del Máster están referidos a los del Sistema Integrado de Calidad de la UCV y se puede acceder a través de los dos siguientes medios:

- de la dirección URL <https://www.ucv.es/calidad/sistemaintegrado.aspx> y con la clave de acceso: 7hqzu9je98qdYL18r3LS
- de los procedimientos del SAIC del Máster, en los que están enlazados los nombres de los procedimientos referenciados del Sistema Integrado (P-XX y PCA-XX recuadrados) y con la clave de acceso: 7hqzu9je98qdYL18r3LS

Mejoras alcanzadas curso anterior

Durante el curso 2017-2018 se ha conseguido alcanzar los siguientes aspectos de mejora planteados en el curso anterior:

1. Analizar y mejorar la satisfacción de los estudiantes con la titulación.

El grado de satisfacción de los estudiantes fue adecuado en términos generales (en el curso 16/17), mostrando valores ligeramente inferiores en los ítems relacionados con la estructura del plan de estudios y la coordinación docente. Por ello se han establecido durante el curso 17/18 acciones encaminadas a la mejora de la coordinación docente a través de reuniones con el profesorado para evitar la reiteración de contenidos lo que ha generado un incremento en la satisfacción de los estudiantes tanto con la estructura y organización del plan de estudios como con la coordinación docente. Por ello, se considera que esta mejora se ha alcanzado totalmente durante el curso 2017-18.

2. Analizar y mejorar la tasa de abandono y de graduación.

Respecto a la tasa de graduación, se ha realizado un seguimiento más exhaustivo de los estudiantes que tenían pendiente alguna convocatoria, especialmente TFM, de manera que se les anima, ayuda y orienta a la finalización de los estudios. Esto ha supuesto un incremento considerable de la tasa de graduación (de un 62 a un 86,67%)

Este mayor contacto con los estudiantes y seguimiento de los mismos también ha permitido reducir la tasa de abandono de un 16 a un 13%. Se considera que esta mejora se ha alcanzado durante el curso 17/18.

3. Continuar con el aumento de la participación en la encuesta de evaluación de la actividad docente.

Con el fin de aumentar la participación de los estudiantes en la encuesta de evaluación de la actividad docente, se han realizado reuniones con los estudiantes para explicarles el funcionamiento de las plataformas desde las que se pueden cumplimentar estas encuestas y un mayor seguimiento de los mismos (con recordatorios a través de correos electrónicos) que ha permitido trasladar la importancia de la participación en las

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
3 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

encuestas. Esta medida ha facilitado que el número de encuestas realizadas se haya duplicado en el curso 2017-18. Se considera que esta mejora se ha alcanzado totalmente si bien se van a mantener estas acciones en el futuro para consolidar esta tendencia.

4. Aumentar la participación en las encuestas de satisfacción de todos los grupos de interés.

Las acciones encaminadas a la mejora de la participación del PDI y PAS asociado a la titulación han consistido en recordar verbalmente la necesidad de cumplimentar las encuestas. No obstante, en este caso, las medidas adoptadas no han surtido el efecto deseado. En este sentido, en el curso 2017-18 no se ha conseguido alcanzar esta mejora por lo que se plantearán nuevas acciones para el curso 2018-19.

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
4 de 35	CURSO 2017/2018	FECHA: 20/12/2018

1. Revisión de la política y objetivos de calidad

Análisis del grado de cumplimiento de los objetivos de calidad curso 2017-2018

Objetivo	Meta	Resultado	Plazo previsto	Acciones emprendidas	Conseguido
1.- No superar tasas de abandono verificadas (10,00%)	1.1-	<u>CURSO 17/18:</u> 15,38%		Entrevistas individualizadas con los alumnos encaminadas a una mejor orientación de los estudiantes en el título a realizar	No conseguido. En este curso 17/18 ha aumentado este valor debido a motivos laborales de los alumnos
2.- Alcanzar tasas de graduación (70,00%)	2.1-	<u>CURSO 17/18:</u> 91,67%		Entrevistas individualizadas con los alumnos encaminadas a orientarlos en sus TFMs	Conseguido. Seguirla manteniendo elevada
3.- Mejorar el perfil académico de los docentes vinculados a la Facultad (75% PDI Doctor y 60% tiempo completo)	3.1-	<u>CURSO 17/18:</u> Tasa PDI Doctor 72,72% Tasa PDI a tiempo completo 90,90%		Mejora del claustro docente del Máster, incorporando nuevos profesores que aporten valor, experiencia y méritos académicos	Conseguido parcialmente. Respecto a la Tasa de PDI a tiempo completo sí se alcanza, pero no en cuanto a la tasa de PDI Doctor.

Redefinición de los objetivos de calidad (si procede)

- Se mantendrán los mismos objetivos para el curso 2017-2018, mientras no se consigan alcanzar los resultados en su totalidad.

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
5 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

2. Garantía de la calidad de los programas formativos

Estándares:

La implantación del plan de estudios y la organización del programa formativo son coherentes con el perfil de competencias y objetivos de la titulación recogidos en la memoria de verificación y/o sus posteriores modificaciones.

El perfil de egreso definido (y su despliegue en el plan de estudios) mantiene su relevancia y está actualizado según los requisitos de su ámbito académico, científico o profesional.

El título cuenta con mecanismos de coordinación docente (articulación horizontal y vertical entre las diferentes materias/ asignaturas) que permiten tanto una adecuada asignación de la carga de trabajo del estudiante como una adecuada planificación temporal, asegurando la adquisición de los resultados de aprendizaje.

La aplicación de las diferentes normativas académicas (permanencia, reconocimiento, etc.) se realiza de manera adecuada y permite mejorar los valores de los indicadores de rendimiento académico.

Indicadores y evidencias:

Indicadores	Evolución de los resultados por curso académico		
		2016-2017	2017-2018
opinión/grado de satisfacción de los profesores con la coordinación docente *	Esperado	≥ 3,00	≥ 3,00
	Obtenido	3,10 (1-4) (73,8%)	4,00 (1-4) (36,36%)
opinión/grado de satisfacción de los estudiantes con la coordinación docente *	Esperado	≥ 4,00	≥ 4,00
	Obtenido	5,04 (1-6)	5,38 (1-6)
opinión/grado de satisfacción de los egresados con la coordinación docente*	Esperado	≥ 3,00	≥ 3,00
	Obtenido	2,57 (1-4) (46,66%)	3,50 (1-4) (33,33%)
opinión/grado de satisfacción de los agentes externos con la organización/coordinación docente de las prácticas externas*	Obtenido	3,67 (1-4) (3 respuestas)	-
	Obtenido	3,00 (1-4) (3 respuestas)	-

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
6 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

estudiantes y adecuación de su perfil de egreso*			
Tasa de rendimiento	Esperado	≥80,00%	≥80,00%
	Obtenido	93,67%	95,45%
Tasa de eficiencia	Esperado (memoria Verifica)	≥80,00%	≥80,00%
	Obtenido	98,59%	95,59%
Tasa de abandono		2015-2016	2016-2017
	Esperado (memoria Verifica)	≤10,00%	≤10,00%
	Obtenido	16,67%	13,33%
Tasa de graduación		2015-2016	2016-2017
	Esperado (memoria Verifica)	≥70,00%	≥70,00%
	Obtenido	62,50%	86,67%

*Valor obtenido (rango escala) y (% de participación).

Evidencias
Actas/Informes donde se recojan las conclusiones de los procedimientos de consulta internos y externos para valorar la relevancia y actualización del perfil de egreso de los estudiantes del título.
Actas de coordinación docente
Listado de estudiantes que han obtenido el reconocimiento de créditos por otros títulos universitarios, experiencia laboral, títulos propios o enseñanzas superiores no universitarias.
Normativa de permanencia y/o progreso de la universidad o centro.
Normativa UCV reconocimiento de créditos

Se puede acceder a la Normativa de permanencia de la Universidad a través del siguiente enlace:
<https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/normativa-de-permanencia>

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
7 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

Se puede acceder a la Normativa UCV de reconocimiento de créditos a través del siguiente enlace:

<https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/reconocimiento-y-transferencia-de-creditos>

Puntos fuertes:

La implantación del plan de estudios y la organización del programa formativo son coherentes con el perfil de competencias y objetivos de la titulación recogidos en la memoria de verificación, la cual no ha sufrido ninguna modificación tras su aprobación.

Por otra parte, los mecanismos de coordinación docente y seguimiento exhaustivo realizados durante el curso 2017-2018 han permitido que la satisfacción con la coordinación docente tanto del profesorado como de los estudiantes se haya incrementado en este curso. Asimismo, se puede comprobar que dichos mecanismos de coordinación docente permiten tanto una adecuada asignación de la carga de trabajo del estudiante como una adecuada planificación temporal, asegurando la adquisición de los resultados de aprendizaje, ya que se han obtenido unas tasas de rendimiento y eficiencia altamente satisfactorias (95.45% y 95.59%). Y se ha alcanzado una tasa de graduación que supera ampliamente el valor esperado (86.67%).

Debilidades detectadas:

La tasa de abandono obtenida supera en un 3% el valor indicado en la memoria verificada. Si bien no se considera un porcentaje excesivamente alto (ya que en número de estudiantes la cifra es muy pequeña -2 estudiantes-), de persistir esta tendencia se valorará la posibilidad de realizar una modificación de esta tasa en la memoria verificada, de modo que refleje más fielmente la realidad.

La disminución en la participación en las encuestas de satisfacción de diversos grupos de interés.

Mejoras a adoptar (Plan de mejoras):

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
8 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

3. Definición de perfiles y captación de estudiantes

Estándares:

Los criterios de admisión permiten que los estudiantes tengan el perfil de ingreso adecuado para iniciar estos estudios y en su aplicación se respeta el número de plazas ofertadas en la memoria verificada y/o sus posteriores modificaciones.

La evolución de los principales datos e indicadores del título (número de estudiantes de nuevo ingreso por curso académico, tasa de graduación, tasa de abandono, tasa de eficiencia, tasa de rendimiento y tasa de éxito) es adecuada, de acuerdo con el ámbito temático y el entorno en el que se inserta el título, y es coherente con las características de los estudiantes de nuevo ingreso.

Indicadores y evidencias:

Indicadores	Evolución de los resultados por curso académico	
	2016-2017	2017-2018
Plazas verificadas	40	40
Plazas ofertadas*	40	40
Nº estudiantes de nuevo ingreso en el título	15	13
Nº estudiantes de nuevo ingreso en primero	19	17
Tasa de matriculación (Nº estudiantes de nuevo ingreso en primero/ Plazas ofertadas*)	37,50%	32,50%
Tasa de oferta y demanda	47,50%	42,50%
Tasa de rendimiento	93,67%	95,45%
Tasa de eficiencia	98,59%	95,59%
Tasa de abandono	13,33%	-
Tasa de graduación	86,67%	-

*Las plazas ofertadas se consideran las plazas verificadas si el título no participa en ninguna "doble titulación institucional" o PCEO. Si el título participa en una PCEO entonces, las plazas destinadas a esa PCEO se retraerán de las plazas verificadas según conste en la Oferta Académica aprobada.

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
9 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

Evidencias
Criterios de admisión.
Resultados de la aplicación de los criterios de admisión del título.
Informe "Perfil del Grupo"

Se puede acceder a los criterios de admisión del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional a través de siguiente enlace:

<https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/acceso-y-admision>

Puntos fuertes:

Previo a la formalización de la matrícula, los estudiantes son entrevistados por personal de la dirección del título tanto para valorar la idoneidad de su perfil de ingreso (informe perfil del grupo) como para informarles y aclarar dudas acerca de la titulación que van a realizar. Este sistema de entrevistas previo al acceso al título permite adaptar adecuadamente el perfil de ingreso de modo que posteriormente se alcanzan tasas de eficiencia y rendimiento en el título muy elevadas.

Respecto a la captación de estudiantes, fruto de las iniciativas de promoción y de su trayectoria, el Máster ha sido galardonado en septiembre de 2017 con un Napolitan Victory Award como "programa de educación política del año", premio recogido en EEUU por el Director de la titulación en reconocimiento a su calidad académica.

Debilidades detectadas:

La tasa de matriculación es inferior al 50% y se está trabajando en acciones de promoción del título (publicidad, marketing, convenios, redes sociales, etc.) para incrementar dicha tasa. En el caso de persistir dicha tendencia se plantearía la realización de una modificación de la memoria vigente solicitando la reducción de plazas de nuevo ingreso.

Mejoras a adoptar (Plan de mejoras):

Se van a mantener las acciones destinadas a la captación de potenciales alumnos con intención de incrementar las tasas de matriculación.

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
10 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

4. Gestión y revisión de las prácticas externas y orientación profesional

Estándares:

Las prácticas externas (si procede) se ajustan a lo establecido en la memoria verificada y en legislación vigente.

La orientación profesional del estudiante que se proporciona desde la Facultad, es acorde a la naturaleza y necesidades del título y adecuada al contexto socio-económico y profesional del título.

Indicadores y evidencias: (No Procede, solo se ofertan prácticas extracurriculares)

Indicadores	Evolución de los resultados por curso académico	
	2016-2017	2017-2018
opinión/grado de satisfacción de los tutores de prácticas (empleadores) con el perfil del estudiante y el nivel MECES requerido*	3,14 (1-4) (37,5%)	**
opinión/grado de satisfacción de los estudiantes con las prácticas realizadas*	3,50 (1-4) (25%)	**
Opinión/grado de satisfacción del estudiante con la gestión de las prácticas*	4,00 (1-4) (25%)	**
opinión/grado de satisfacción de los agentes externos con la organización/coordinación docente de las prácticas externas*	3,67 (1-4) (37,5%)	**
Nº de acciones de formación/orientación profesional (seminarios, foro de empleo, etc.)	2	2

*Valor obtenido (rango escala) y (% de participación).

** Encuestas propias del Máster

Evidencias
Listado de convenios de prácticas externas, plazas disponibles y anexos a convenios.

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
11 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

Información acerca de la gestión de prácticas externas.
Listado de las memorias finales de prácticas realizada por los estudiantes donde se incluya el centro/entidad colaborador, tutor externo y tutor interno.
Evidencias de la organización de cursos/seminarios de orientación profesional en coordinación con el servicio de orientación o el Área de Prácticas y Empleo dirigido a estudiantes.
Organización de cursos/seminarios de orientación profesional (Diploma Experto en Inserción Profesional Universitario) dirigido a egresados.
Encuestas propias del Máster Universitario en marketing político y comunicación institucional

Puntos fuertes:

El Máster Universitario en marketing político y comunicación institucional no incluye en su plan de estudios prácticas curriculares. No obstante, se considera muy valiosa la formación que los estudiantes pueden tener en un entorno profesional. Por ello se les ofrece la posibilidad de realizar prácticas extracurriculares. Esto supone un valor añadido a la formación de nuestros estudiantes quienes manifiestan estar más que satisfechos con esta formación.

Asimismo, las entidades colaboradoras también nos han manifestado su alto grado de satisfacción tanto con la gestión de las prácticas como con el desempeño/perfil de egreso de nuestros estudiantes. Durante el curso 17/18 el número de estudiantes que ha realizado prácticas extracurriculares asciende a 4 alumnos que, tal y como se recoge en las encuestas, afirman estar satisfechos/completamente satisfechos con la información recibida, con la gestión, con la atención prestada por el personal de la universidad y de la empresa y con los sistemas de evaluación. Esta información se ha recabado a través de unas encuestas de satisfacción propias del Máster en marketing político y comunicación institucional diseñadas específicamente para el seguimiento de esta actividad formativa.

Por otra parte, la orientación profesional del estudiante que se proporciona desde la Facultad, es acorde a la naturaleza y necesidades del título y adecuada al contexto socio-económico y profesional del título. En concreto se les informa durante el desarrollo del TFM de las salidas profesionales que existen de forma grupal y con información general. Posteriormente se realiza un trabajo de orientación personalizado en el que a cada estudiante se le entrevista y orienta respecto a las posibilidades de especialización mediante la realización de su TFM alineado con su proyección profesional futura, aprovechando la formación que han recibido en el Máster unida a su situación personal (titulación de procedencia, realización de prácticas voluntarias, situación laboral para mejora en su actual puesto de trabajo, etc.)

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
12 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

Debilidades detectadas:

Mejoras a adoptar (Plan de mejoras):

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
13 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

5. Gestión y revisión de las incidencias, reclamaciones y sugerencias

Las sugerencias, quejas y felicitaciones (QSF) se canalizan normalmente a través del buzón online disponible en la web de la Universidad.

El procedimiento sobre QSF establece la sistemática para realizar la gestión de las sugerencias y las reclamaciones que realice cualquier parte interesada (alumnos, padres/tutores, personal docente, personal de servicios, empresas, instituciones y sociedad en general) que interaccione con la Universidad Católica de Valencia "San Vicente Mártir"

Indicadores y evidencias:

Indicadores	Evolución de los resultados por curso académico	
	2016-2017	2017-2018
Nº de quejas recibidas	0	0
Nº de sugerencias recibidas	0	0
Nº de felicitaciones recibidas	0	0
Nº de quejas que se considera "proceden"	0	0
Tiempo medio atención de las quejas/sugerencias.	0	0
Nº de quejas no atendidas	0	0

Evidencias
Actas reuniones de las comisiones en que participan los estudiantes y hacen aportaciones
Evidencias de reuniones de los miembros del equipo directivo con estudiantes
Encuestas de todos los grupos de interés (ítems de las encuestas y observaciones reflejadas en éstas)
Instancias de quejas presentadas en secretaría

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
14 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

Se puede acceder a las encuestas de evaluación de la Actividad Docente del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional a través de siguiente enlace:

<https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/evaluacion-resultados-encuestas>

Se puede acceder a las encuestas de satisfacción de los distintos grupos de interés del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional a través de siguiente enlace:

<https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/encuestas-de-satisfaccion>

Puntos fuertes:

El trato personalizado y tan cercano de la dirección del título abre una vía de comunicación fluida y casi permanente con los estudiantes quienes, en caso de tener alguna queja o sugerencia que trasladar, lo hacen llegar rápidamente y del mismo modo las soluciones a los posibles problemas planteados son igualmente rápidas

Debilidades detectadas:

El trato tan cercano que se dispensa a los estudiantes no permite que se utilicen los canales oficiales para trasladar las sugerencias, quejas y felicitaciones lo que dificulta el registro y la posterior evidencia de dichas incidencias y las acciones de mejora emprendidas.

Mejoras a adoptar (Plan de mejoras):

Animar a los estudiantes a utilizar el buzón online de sugerencias, quejas y felicitaciones

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
15 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

6. Gestión y revisión de la movilidad de los estudiantes enviados y recibidos

Estándares:

La gestión de la movilidad de los estudiantes es adecuada en función de la naturaleza, modalidad del título, número de estudiantes matriculados y competencias a adquirir por los mismos.

Indicadores y evidencias: (No procede)

Indicadores	Evolución de los resultados por curso académico	
	2016-2017	2017-2018
Nº de estudiantes "IN" que han participado en programas de movilidad	-	-
Nº de estudiantes "OUT" que han participado en programas de movilidad	-	-
Opinión/grado de satisfacción de los estudiantes "IN" con los programas de movilidad*	-	-
Opinión/grado de satisfacción de los estudiantes "OUT" con los programas de movilidad*	-	-

*Valor obtenido (rango escala) y (% de participación).

Evidencias
Relación de estudiantes que participan en programas de movilidad (nombre estudiante, programa, destino, etc.)
Relación de estudiantes que participan en programas de movilidad (nombre estudiante, programa, origen, etc.)

Las características del Máster no facilitan la movilidad de los estudiantes, puesto que tienen que realizar asignaturas de forma semipresencial tanto en el primer semestre como en el segundo y no disponemos de convenios con titulaciones tan similares como para facilitar una estancia de varios meses en el extranjero. Por otra parte, el perfil de ingreso del estudiante corresponde a una figura mayoritariamente de profesional en activo lo que supone una incompatibilidad con la movilidad geográfica.

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
16 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

7. Orientación/tutorización al estudiante

Estándares:

La orientación a los estudiantes es adecuada en función de la naturaleza, modalidad del título, número de estudiantes matriculados y competencias a adquirir por los mismos. (Aplicable sólo a títulos de Grado)

Evidencias:

Evidencias
Informe responsables académicos tutores del título
Informe tutores mentores del título
Evidencias de reuniones de los miembros del equipo directivo con estudiantes

Como se trata de un Máster, no procede

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
17 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

8. Captación y selección del PDI y PAS

Estándares:

- *El personal académico del título reúne el nivel de cualificación académica requerido para el título y dispone de la adecuada experiencia profesional, docente e investigadora.*
- *El personal académico es suficiente y dispone de la dedicación adecuada para el desarrollo de sus funciones*
- *La universidad ha hecho efectivos los compromisos incluidos en la memoria de verificación y las recomendaciones definidas en los informes de verificación, autorización, en su caso, y seguimiento del título relativos a la contratación y mejora de la cualificación docente e investigadora del profesorado*
- *El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es adecuado en función de la naturaleza, modalidad del título, número de estudiantes matriculados y competencias a adquirir por los mismos*
- *R.D. 420/2015 ("El personal de las universidades dedicado a actividades docentes e investigadoras estará compuesto, como mínimo, por: a) Un cincuenta por ciento de doctores para el conjunto de enseñanzas correspondientes a la obtención de un Título de Grado. b) Un setenta por ciento de doctores para el conjunto de enseñanzas correspondientes a la obtención de un título de Máster. c) La totalidad del profesorado de la universidad encargado de la impartición de las enseñanzas de doctorado deberá estar en posesión del título de Doctor. A estos efectos el número total de profesores se computará sobre el equivalente en dedicación a tiempo completo.")*

Indicadores:

Tabla 8.1. Evolución de la relación entre las categorías o figuras de profesorado que imparte docencia en el título y el número de ECTS impartidos.

Profesorado		Curso 2016-17	Curso 2017-18	Enlace a información complementaria
Profesorado Agregado Doctor Acreditado	<i>Total de efectivos</i>	3	5	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-nombre-de-profesor
	<i>Nº créditos impartidos</i>	42	29	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-asignatura

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
18 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

Profesorado Agregado Doctor	<i>Total de efectivos</i>	1	2	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-nombre-de-profesor
	<i>Nº créditos impartidos</i>	4	6	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-asignatura
Profesor Contratado Doctor Parcial	<i>Total de efectivos</i>	-	1	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-nombre-de-profesor
	<i>Nº créditos impartidos</i>	-	3	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-asignatura
Profesor Colaborador Licenciado	<i>Total de efectivos</i>	2	3	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-nombre-de-profesor
	<i>Nº créditos impartidos</i>	14	22	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-asignatura

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
19 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

Total de profesorado que ha participado en la docencia del título	6	11	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-nombre-de-profesor
Total de créditos impartidos	60	60	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-asignatura
Total de profesorado doctor que ha participado en la docencia del Título	4	8	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-nombre-de-profesor
Total de créditos impartidos por profesorado doctor	46	38	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-asignatura
Total de profesorado a tiempo completo que ha participado en la docencia del título	6	10	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-nombre-de-profesor
Total de créditos impartidos por profesorado a tiempo completo	60	57	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-asignatura

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
20 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

Porcentaje de profesorado doctor que ha participado en la docencia del Título	66,66%	72,72%	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-nombre-de-profesor
Porcentaje de créditos impartidos por profesorado doctor	76,67%	63,33%	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-asignatura
Porcentaje de profesorado a tiempo completo que ha participado en docencia del título	100%	90,90%	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-nombre-de-profesor
Porcentaje de créditos impartidos por profesorado a tiempo completo	100%	95,00%	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/por-asignatura

Evidencias
Plan de incorporación de personal académico (si procede)
Plan de incorporación de personal de apoyo (si procede)

Puntos fuertes:

El personal académico del título reúne el nivel de cualificación académica requerido para el título y dispone de la adecuada experiencia profesional, docente e investigadora. Asimismo, el personal

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
21 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

académico es suficiente y dispone de la dedicación adecuada para el desarrollo de sus funciones. Esto se puede observar ya que el profesorado doctor que ha participado en la docencia del título asciende a un 72,72% y el profesorado a tiempo completo que ha participado en la docencia del título asciende a un 90,90%.

Por otra parte, el personal de apoyo que participa en las actividades formativas (en concreto en la gestión de las prácticas extracurriculares de los estudiantes) es adecuado en función de la naturaleza y modalidad del título. Ya se ha indicado anteriormente que el título no requiere de una formación en un entorno profesional (prácticas curriculares) sino que esto se les ofrece a los estudiantes como un valor añadido a su formación. Disponer de personal de apoyo para asumir esta función se considera una fortaleza.

También se dispone de una persona que se encarga de la gestión de espacios en la sede y que introduce la información que aparece en la página web de la titulación (módulo, horario, aula y sede de impartición de cada módulo).

Debilidades detectadas:

Mejoras a adoptar (Plan de mejoras):

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
22 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

9. Formación, evaluación, promoción y reconocimiento del PDI y PAS

Estándares:

- *El personal académico del título reúne el nivel de cualificación académica requerido para el título y dispone de la adecuada experiencia profesional, docente e investigadora.*
- *El profesorado se actualiza de manera que pueda abordar, teniendo en cuenta las características del título, el proceso de enseñanza-aprendizaje de una manera adecuada.*
- *El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es adecuado en función de la naturaleza, modalidad del título, número de estudiantes matriculados y competencias a adquirir por los mismos.*

Indicadores y evidencias:

Indicadores	Evolución de los resultados por curso académico	
	2016-2017	2017-2018
Nº de PDI que participan en programas de movilidad internacional	-	-
Nº de PAS (propio de la facultad) que participan en programas de movilidad internacional	-	-
Opinión/satisfacción de los profesores con los programas de movilidad*	-	-
Opinión/satisfacción del PAS con los programas de movilidad*	-	4,78 (1-5)
Tasa de participación del profesorado en cursos de formación	-	57,77%
Opinión/satisfacción de los profesores con los cursos de formación*	3,89 (1-4) (9 respuestas)	3,85 (1-4) (13 respuestas)
Tasa de participación del PAS en cursos de formación	14,70%	32,96%
Opinión/satisfacción del PAS con los cursos de formación*	3,04 (1-4) 21,93%	3,1 (1-4) 26,94%
Tasa de participación del profesorado en proyectos de investigación	-	-
Tasa de participación del profesorado en proyectos de innovación docente	-	-

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
23 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

*Valor obtenido (rango escala) y (% de participación).

Tabla 9.1. Evolución de los principales indicadores y datos globales del profesorado que imparte docencia en el título.

Profesorado	Curso 2016-17	Curso 2017-18
Nº total de Doctores	4	8
Tasa PDI doctor	66,66%	72,72%
Tasa PDI tiempo completo	100%	90,90%
Nº Total de Sexenios del conjunto del profesorado	1	2
Nº Total de Quinquenios del conjunto del profesorado	7	13

Evidencias
Informe DOCENTIA
Informe/datos EDUCA-ACCIÓN
Informe movilidad internacional de la Facultad o de la Oficina de relaciones internacionales
Memoria académica de la Facultad
Memoria de investigación de la Facultad
<p>(para el caso de titulaciones en las que las prácticas precisen de personal de apoyo) Breve descripción del personal de apoyo, su formación y actualización vinculado fundamentalmente con la realización de actividades prácticas, exceptuando aquel que corresponda a servicios centrales de la universidad.</p>

Puntos fuertes:

En la UCV la formación del PDI y del PAS depende de un servicio transversal denominado Educación que modifica su plan de formación anualmente atendiendo a las necesidades que se hayan detectado desde cada facultad y/o servicio. En el curso 17/18 el profesorado del MU en marketing

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
24 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

político ha participado de forma muy activa en dichos cursos de formación (57,77%). La satisfacción con los cursos realizados ha sido además muy alta (3.85 sobre 4) lo que pone de manifiesto el interés e inquietud del profesorado por la formación y actualización continua. Por otro lado, destacar que la evolución de los principales indicadores del profesorado que imparte docencia en el título es adecuada puesto que se han incrementado tanto el número de doctores como la tasa de PDI doctor, sexenios y quinquenios. La única tasa que se ha reducido levemente (menos de un 10%) es la tasa de PDI a tiempo completo que se sitúa en un 90,90%.

Debilidades detectadas:

Si bien no se considera que existan debilidades en el profesorado y PAS, se va a continuar animando tanto al profesorado como al PAS a participar en cursos de formación, solicitud de sexenios, promover la actividad investigadora, la innovación docente, etc.

Mejoras a adoptar (Plan de mejoras):

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
25 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

10. Gestión de los recursos materiales y servicios

Estándares:

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

Indicadores y evidencias:

Indicadores	Evolución de los resultados por curso académico	
	2016-2017	2017-2018
Opinión/satisfacción de los estudiantes con los recursos destinados al título*	3,50 (1-4) (46,66%)	3,50 (1-4) (33,33%)
Opinión/satisfacción del PDI con los recursos destinados al título*	3,35 (1-4) (73,80%)	3,42 (1-4) (33,33%)
Opinión/satisfacción del PAS con los recursos destinados al título*	3,01 (1-4) (21,93%)	3,00 (1-4) (26,94%)
Opinión/satisfacción de los estudiantes con el Servicio de Orientación*	-	3,27 (1-4) (No hay datos concluyentes)
Opinión/satisfacción del PDI con la Oficina de Relaciones Internacionales*	3,44 (1-4) (13,20%)	3,47 (1-4) (19,04%)
Opinión/satisfacción del PAS con la Oficina de Relaciones Internacionales*	3,44 (1-4) (19,27%)	3,00 (1-4) (25,63%)
Opinión/satisfacción de los estudiantes con la Oficina de Relaciones Internacionales*	2,95 (1-4) (7,47%)	3,15 (1-4) (No hay datos concluyentes)
Opinión/satisfacción del PDI con el Servicio de Deportes*	3,57 (1-4) (13,20%)	3,47 (1-4) (19,04%)

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
26 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

Opinión/satisfacción del PAS con el Servicio de Deportes *	3,55 (1-4) (19,27%)	3,50 (1-4) (25,63%)
Opinión/satisfacción de los estudiantes con el Servicio de Deporte*	2,99 (1-4) (7,47%)	3,17 (1-4) (No hay datos concluyentes)
Opinión/satisfacción del PDI con el Área de Prácticas y Empleo*	-	3,41 (1-4) (19,04%)
Opinión/satisfacción del PAS con el Área de Prácticas y Empleo*	-	3,67 (1-4) (25,63%)
Opinión/satisfacción de los estudiantes con el Área de Prácticas y Empleo*	-	3,04 (1-4) (No hay datos concluyentes)
Opinión/satisfacción del PDI con el Servicio de atención a la discapacidad*	3,50 (1-4) (13,20%)	3,47 (1-4) (19,04%)
Opinión/satisfacción del PAS con el Servicio de atención a la discapacidad*	3,45 (1-4) (19,27%)	2,00 (1-4) (25,63%)
Opinión/satisfacción de los estudiantes con el Servicio de atención a la discapacidad*	3,05 (1-4) (7,47%)	3,28 (1-4) (No hay datos concluyentes)
Opinión/satisfacción del PDI con el Servicio de Biblioteca*	3,71 (1-4) (13,20%)	3,82 (1-4) (19,04%)
Opinión/satisfacción del PAS con el Servicio de Biblioteca*	3,67 (1-4) (19,27%)	3,67 (1-4) (25,63%)
Opinión/satisfacción de los estudiantes con el Servicio de Biblioteca*	3,20 (1-4) (7,47%)	3,37 (1-4) (No hay datos concluyentes)
Opinión/satisfacción del PDI con las herramientas para la docencia (plataforma docente, plataforma docencia on-line, etc.)*	-	3,41 (1-4) (19,04%)

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
27 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

Opinión/satisfacción del PAS con las herramientas para la docencia (plataforma docente, plataforma docencia on-line, etc.)*	-	2,50 (1-4) (25,63%)
Opinión/satisfacción de los estudiantes con las herramientas para la docencia (plataforma docente, plataforma docencia on-line, etc.)*	-	3,24 (1-4) (No hay datos concluyentes)

Evidencias
Presupuestos de la Facultad
Informes de los servicios centrales (Área de Prácticas y Empleo, Servicio de Orientación, Oficina de Relaciones Internacionales, Oficina de Discapacidad, Biblioteca, Voluntariado ...)

Puntos fuertes:

Si bien los datos de satisfacción de los estudiantes con los servicios de la universidad no son concluyentes, sí se puede aceptar de forma general que todos los grupos de interés están satisfechos con los servicios de la universidad. Por ello se puede considerar que los recursos materiales y servicios de apoyo puestos a disposición del desarrollo del título son adecuados.

Debilidades detectadas:

Si bien los estudiantes no han hecho llegar ninguna queja a través de los canales oficiales, sí que han trasladado a la dirección del Máster la necesidad de un mayor número de referencias bibliográficas para el desarrollo de sus TFMS.

Mejoras a adoptar (Plan de mejoras):

Buscar la manera más eficiente y económica de incrementar el número de referencias bibliográficas que se puedan poner a disposición de los estudiantes.

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
28 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

11. Análisis y medición de resultados

Estándares:

Las actividades formativas, sus metodologías docentes, y los sistemas de evaluación empleados son adecuados y se ajustan razonablemente al objetivo de la adquisición de los resultados de aprendizaje previstos.

Los resultados de aprendizaje alcanzados satisfacen los objetivos del programa formativo y se adecuan a su nivel en el MECES.

La evolución de los principales datos e indicadores del título (número de estudiantes de nuevo ingreso por curso académico, tasa de graduación, tasa de abandono, tasa de eficiencia, tasa de rendimiento y tasa de éxito) es adecuada, de acuerdo con el ámbito temático y el entorno en el que se inserta el título, y es coherente con las características de los estudiantes de nuevo ingreso.

La satisfacción de los estudiantes, del profesorado, de los egresados y de otros grupos de interés es adecuada.

Los valores de los indicadores de inserción laboral de los egresados del título son adecuados al contexto socio-económico y profesional del título.

Indicadores y evidencias:

Tabla 11.1. Resultados académicos en las asignaturas que conforman el plan de estudios.

Curso académico:

Asignatura	Total estudiantes matriculados	% estudiantes en primera matrícula	Tasa de Rendimiento de la asignatura	% suspensos	% no presentados	Tasa de éxito de la asignatura	% aprobados en 1ª matrícula sobre el total de matriculados en 1ª matrícula
Principios y Estrategias de Comunicación Institucional y Marketing Político	13	100%	100%	0,00%	0,00%	100%	100%
Teoría y Metodología Avanzada de la Acción Política y la Participación Ciudadana	13	100%	100%	0,00%	0,00%	100%	100%
Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Institucional Gubernamental	12	100%	100%	0,00%	0,00%	100%	100%

 Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir	INFORME ANUAL DEL TÍTULO		MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
	29 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

Dirección y Gestión de Comunicación y Marketing Político-Electoral	12	100%	100%	0,00%	0,00%	100%	100%
Trabajo Fin de Máster	16	75,00%	81,00%	0,00%	19,00%	100%	92,00%

Tabla 11.2. Evolución de los principales indicadores y datos de oferta y demanda del título.

	Dato memoria verificada	Curso 2016-17	Curso 2017-18	Enlace a Información complementaria
Nº de estudiantes de nuevo ingreso por curso académico	40	15	13	
Nº de estudiantes de nuevo ingreso en primero por curso académico	40	15	13	
(en el caso de los Cursos de Adaptación al Grado) Nº de plazas por curso	-	-	-	
Tasa de graduación (conforme a la definición de SIIU)	70,00%	86,67%	-	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/indicadores
Tasa de abandono (conforme a la definición de SIIU)	10,00%	13,33%	-	
Tasa de eficiencia (conforme a la definición del SIIU)	80,00%	98,48%	95,59%	
Tasa de rendimiento (conforme a la definición del SIIU)		91,14%	95,45%	
Grado de satisfacción global de los estudiantes con el título		3,40	3,75	https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/encuestas-de-satisfaccion
Grado de satisfacción de los estudiantes con el profesorado		3,56	3,75	
Grado de satisfacción de los estudiantes con los recursos		3,50	3,50	
Grado de satisfacción del profesorado con el título		3,36	4,00	
Grado de satisfacción de los egresados con el título		3,40	3,75	
Grado de satisfacción de los empleadores con el título		3,00	-	

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
30 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

Evidencias
Listado de TFG / TFM calificados con indicación del tutor y tribunal
Informes referentes a las encuestas de satisfacción de los grupos de interés
Documentación o informes que recojan estudios de inserción laboral o datos de empleabilidad sobre los egresados del Título.

Se puede acceder a las encuestas de satisfacción de los distintos grupos de interés del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional a través de siguiente enlace:

<https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/encuestas-de-satisfaccion>

Se puede acceder al Informe de Inserción Laboral 2015-2016 del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional a través de siguiente enlace:

<https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/estudios-de-insercion-laboral>

Puntos fuertes:

El tamaño del grupo de este Máster permite que se haga un desarrollo de las actividades formativas, sus metodologías docentes y los sistemas de evaluación de forma adecuado tal que permitan la adquisición de los resultados de aprendizaje al nivel MECES requerido ya que al ser pocos estudiantes la formación y el seguimiento de los mismos es idónea. Esto se manifiesta y se puede comprobar a partir de las tasas de rendimiento y éxito de cada módulo a excepción del TFM donde se observa que el porcentaje es inferior debido a que algunos estudiantes no se presentan a la evaluación.

Debilidades detectadas:

La tasa de abandono obtenida supera en un 3% el valor indicado en la memoria verificada. Si bien no se considera un porcentaje excesivamente alto (ya que en número de estudiantes la cifra es muy pequeña -2 estudiantes-), de persistir esta tendencia se valorará la posibilidad de realizar una modificación de esta tasa en la memoria verifica, de modo que refleje más fielmente la realidad.

Mejoras a adoptar (Plan de mejoras):

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
31 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

12. Información pública

Estándares:

Los responsables de la titulación publican información adecuada y actualizada sobre las características del programa formativo, su desarrollo y sus resultados, incluyendo la relativa a los procesos de seguimiento y de acreditación.

La información necesaria para la toma de decisiones de los estudiantes y otros agentes de interés del sistema universitario de ámbito nacional e internacional es fácilmente accesible.

Los estudiantes matriculados en el título tienen acceso en el momento oportuno a la información relevante sobre el plan de estudios y los resultados de aprendizaje previstos.

Evidencia

Enlace a la página web del título.

Se puede acceder a la página web del Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional a través de siguiente enlace:

<https://www.ucv.es/oferta-academica/posgrados/marketing-y-empresa/master-universitario-en-marketing-politico-y-comunicacion-institucional/seccion/descripcion>

Puntos fuertes:

Los alumnos, antes de matricularse, conocen a través del equipo de coordinación y dirección del Máster los datos más importantes sobre la titulación que también están localizados en la página web del Máster.

Además, se les envía por correo electrónico el desglose de contenidos del plan de estudios, con lo que tienen a su disposición y de manera pública toda la información referente al Máster (guías docentes, características del programa formativo, procesos de calidad, seguimiento y acreditación, etc.).

Debilidades detectadas:

Para algunos estudiantes no resulta sencillo encontrar todos los datos en la web por complejidad del menú o por desconocimiento de la nomenclatura, por consiguiente, consideramos oportuno brindarles dicha información a través de otros canales de comunicación como correo electrónico o personalmente.

Mejoras a adoptar (Plan de mejoras):

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
32 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

13. PLAN DE MEJORAS GLOBAL

Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional
Acciones de Mejora
Aumentar la participación en la encuesta de la evaluación docente y de satisfacción de los grupos de interés profesores y egresados
Tareas a desarrollar
Llevarlos a un aula informática para que den respuestas a las encuestas
Responsable de la Tarea
Coordinadora del Máster
Temporalización
Curso académico 2018-2019
Recursos necesarios
Aula de Informática
Indicador asociado
Obtención de resultados concluyentes para analizar el grado de satisfacción de los diferentes grupos de interés
Responsable seguimiento
Coordinadora del Máster
Beneficios esperados
Tener información concluyente sobre el grado de satisfacción de los profesores y egresados con la titulación.
Resultados esperados
Por lo menos conseguir que 50% de los grupos de interés contesten las encuestas

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
33 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional
Acciones de Mejora
Captación de alumnos
Tareas a desarrollar
Realizar acciones de captación de potenciales alumnos, a través de redes sociales, concursando en certámenes académicos internacionales y mediante la firma de convenios de colaboración
Responsable de la Tarea
Coordinadora del Máster
Temporalización
Curso académico 2018-2019
Recursos necesarios
Apoyo en las acciones de difusión, tanto a nivel económico como humano
Indicador asociado
Aumentar la tasa de matriculación y oferta/demanda
Responsable seguimiento
Coordinadora del Máster
Beneficios esperados
Aumento de la visibilidad de la titulación y de las solicitudes de información e inscripciones
Resultados esperados
Conseguir una media de 12 a 15 alumnos para que realicen el Máster

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
34 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional
Acciones de Mejora
Animar a los estudiantes a utilizar el buzón
Tareas a desarrollar
A través de reuniones o sesiones del máster animar a los estudiantes a utilizar el buzón
Responsable de la Tarea
Coordinadora del Máster
Temporalización
Curso académico 2018-2019
Recursos necesarios
Ordenadores, correo electrónico
Indicador asociado
Número de comunicados por medio de la herramienta buzón de sugerencias/quejas/felicitaciones
Responsable seguimiento
Coordinadora del Máster
Beneficios esperados
Disponer de datos informatizados que se puedan medir y seguir la evolución de sus respuestas hasta ser solucionado
Resultados esperados
Tomar el pulso a las opiniones de los alumnos, tanto positivas como negativas

 <p>Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir</p>	INFORME ANUAL DEL TÍTULO	MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL
35 de 35	CURSO 2017 / 2018	FECHA: 20 / 12 / 2018

Máster Universitario en Marketing Político y Comunicación Institucional
Acciones de Mejora
Incrementar el número de referencias bibliográficas
Tareas a desarrollar
Informarles a los alumnos sobre la posibilidad que tienen de disponer a través de la Biblioteca de prestamos bibliotecarios con otras Universidades.
Responsable de la Tarea
Coordinadora del Máster
Temporalización
Curso académico 2018-2019
Recursos necesarios
Ordenadores, correo electrónico
Indicador asociado
Que los alumnos tengan la posibilidad de disponer de mayores referencias bibliográficas para desarrollar sus TFM
Responsable seguimiento
Coordinadora del Máster
Beneficios esperados
Aumentar la satisfacción del alumnado con los servicios de la UCV así como mejorar su proceso de aprendizaje al realizar sus trabajos
Resultados esperados
Al ser posible disminuir con referencia al TFM la tasa de % de no presentados