

PLAN GENERAL DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN
INDICADORES DE ENCUESTAS
GRADOS PRESENCIALES
2013 / 2014

GRADO EN MARKETING (VICÁLVARO) (2024)


GRADO EN MARKETING (VICÁLVARO) (2024)

El presente documento recoge los indicadores de encuesta incluidos en el Plan General de Recogida de Información de la Universidad Rey Juan Carlos aprobado en Marzo de 2014 para el GRADO EN MARKETING (VICÁLVARO). Los indicadores de la vigente campaña reflejan los siguientes puntos de interés:

PI -	PERFIL DE INGRESO (*)	2
VD.G -	VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)	3
SG.E -	SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL GRADO	5
IL.G -	INSERCIÓN LABORAL GRADOS.....	6
TP.G -	TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADOS	7
AB -	CAUSAS DE ABANDONO	10

Los datos se han obtenido a partir de las encuestas elaboradas por el Centro Universitario de Estudios Sociales Aplicados (CUESA) durante el curso académico 2013 / 2014 conforme al mencionado Plan General de Recogida de Información (PGRI), excepto la encuesta Inicial de Estudios realizada con anterioridad a la aprobación del Plan, y que se relacionan a continuación:

- Encuesta Inicial de Estudios
- Encuesta de Valoración Docente. Grados Presenciales
- Encuesta de Inserción Laboral. Grados
- Encuesta de Trayectoria Profesional. Grados
- Encuesta de Causas de Abandono

	PLAN GENERAL DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN VICERRECTORADO DE DOCENCIA, ORDENACIÓN ACADÉMICA Y TÍTULOS
	Indicadores de encuestas. Grados presenciales GRADO EN MARKETING (VICÁLVARO) (2024) 2013 / 2014
	Página 2 de 11

PI - PERFIL DE INGRESO (*)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Nuevos alumnos de primero matriculados durante el curso académico 2013/14 en el GRADO EN MARKETING (VICÁLVARO)	
Marco	Listados de grupos por titulación (base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos)	
Método de selección	Selección de una asignatura troncal/obligatoria de cada grupo de primer curso y censo de los alumnos que se encuentran en el aula en el momento de realizar la encuesta	
Porcentaje de alumnos sobre la población	48,5%	
Cuestionario	Cuestionario de Inicio de Estudios (Perfil de Ingreso)	
Sistema de recogida de la información	Presencial (aula)	
Periodo de aplicación	Octubre - Noviembre 2013	
RESULTADOS		
PI.1 - Perfil socioeconómico		
PI.1 - 1	Edad media de acceso a la universidad (años)	18,89
PI.1 - 2	Porcentaje de hombres	34,8%
PI.1 - 3	Porcentaje de mujeres	65,2%
PI.1 - 4	Porcentaje de alumnos españoles	84,8%
PI.1 - 5	Porcentaje de alumnos extranjeros	15,2%
PI.1 - 6	Porcentaje de alumnos financiados con beca	17,0%
PI.2 - Acceso e imagen de la Universidad		
Valoración de la URJC		
PI.2 - 1	Opinión de los nuevos alumnos sobre la URJC (escala de 1 = muy mala a 5= muy buena)	3,91
Valoración de la información facilitada por la URJC (valoración de 1=nula a 5= muy satisfactoria)		
PI.2 - 2	Valoración de la información sobre los objetivos de la titulación	3,09
PI.2 - 3	Valoración de la información sobre el plan de estudios	3,40
PI.2 - 4	Valoración de la información sobre becas y ayudas	2,19
PI.2 - 5	Valoración de la información sobre las instalaciones: aulas, laboratorios,...	3,34
PI.2 - 6	Valoración de la información sobre los servicios del Campus: Biblioteca, Centro de Idiomas,...	3,85
PI.2 - 7	Valoración global de la información facilitada por la URJC	3,11

(*) Encuesta no incluida en el PGRI

VD.G - VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)

FICHA TÉCNICA

Población objetivo	Alumnos de la URJC matriculados en el curso académico 2013/14 en el GRADO EN MARKETING (VICÁLVARO)
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos
Método de selección	Censal
Porcentaje de alumnos sobre la población	74,6%
Cuestionario	Cuestionario de Valoración Docente – Titulaciones presenciales
Sistema de recogida de la información	Presencial (primer semestre) / Online (segundo semestre)
Periodo de aplicación	Noviembre-Diciembre 2013 (primer semestre) / Mayo-Junio 2014 (segundo semestre)

RESULTADOS

Grado de acuerdo con aspectos docentes
(valoración de 1= completamente en desacuerdo a 5= completamente de acuerdo)

VD.G.1 - Resultados de la valoración docente

VD.G.1 - 1	Se explica la guía docente	3,65
VD.G.1 - 2	Se informa sobre los criterios de evaluación	3,68
VD.G.1 - 3	Se respetan los horarios	3,80
VD.G.1 - 4	Disponibilidad para atender al alumno	3,75
VD.G.1 - 5	Se aclaran las dudas	3,58
VD.G.1 - 6	Se explica con claridad	3,54
VD.G.1 - 7	Las actividades docentes se ajustan a lo establecido en la guía	3,61
VD.G.1 - 8	Se facilita el seguimiento y el aprendizaje	3,49
VD.G.1 - 10	Se está satisfecho con la labor del profesor	3,53
VD.G.1 - 11	Se proponen actividades complementarias	3,55

VD.G.2 - Resultados globales de la valoración docente

VD.G.2 - 1	Resultados de la valoración docente de primer curso	3,59
VD.G.2 - 2	Resultados de la valoración docente de segundo curso	3,47
VD.G.2 - 3	Resultados de la valoración docente de tercer curso	3,71
VD.G.2 - 4	Resultados de la valoración docente de cuarto curso	3,73
VD.G.2 - 5	Resultados de la valoración docente de quinto curso	N/A
VD.G.2 - 6	Resultados de la valoración docente de sexto curso	N/A
VD.G.2 - 7	Resultados de la valoración docente de la titulación	3,61

VD.G - VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)

VD.G.3 -	Porcentaje de profesores con valoración ≥ 3	
VD.G.3 - 1	Porcentaje de profesores de primer curso con valoración ≥ 3	66,7%
VD.G.3 - 2	Porcentaje de profesores de segundo curso con valoración ≥ 3	72,7%
VD.G.3 - 3	Porcentaje de profesores de tercer curso con valoración ≥ 3	95,8%
VD.G.3 - 4	Porcentaje de profesores de cuarto curso con valoración ≥ 3	100,0%
VD.G.3 - 5	Porcentaje de profesores de quinto curso con valoración ≥ 3	N/A
VD.G.3 - 6	Porcentaje de profesores de sexto curso con valoración ≥ 3	N/A
VD.G.3 - 7	Porcentaje de profesores de la titulación con valoración ≥ 3	82,4%

SG.E - SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL GRADO

FICHA TÉCNICA

Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2012/13 han egresado del GRADO EN MARKETING (VICÁLVARO)
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Estudiantes
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento
Tamaño muestral (%)	100,0%
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral – Grados
Sistema de recogida de la información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Junio 2014

RESULTADOS

SG.E.1 -	Grado de satisfacción con la organización de la enseñanza (valoración de 1= completamente insatisfecho a 5= completamente satisfecho)	
SG.E.1 - 1	Satisfacción con la organización del plan de estudios para la adquisición del perfil de egreso	3,40
SG.E.1 - 2	Satisfacción con los conocimientos adquiridos y competencias desarrolladas	3,60
SG.E.2 -	Grado de satisfacción con la formación (valoración de 1= completamente insatisfecho a 5= completamente satisfecho)	
SG.E.2 - 1	Valoración global de la formación proporcionada por la URJC	3,40
SG.E.3 -	Utilidad del título universitario (valoración de 1= utilidad muy baja o nula a 5= utilidad muy alta)	
SG.E.3 - 1	Utilidad del título universitario para acceder al mercado de trabajo	3,40
SG.E.3 - 2	Utilidad del título universitario para mejorar las condiciones laborales	3,00

IL.G - INSERCIÓN LABORAL GRADOS

FICHA TÉCNICA

Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2012/13 han egresado del GRADO EN MARKETING (VICÁLVARO)
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Estudiantes
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento
Tamaño muestral (%)	100,0%
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral - Grados
Sistema de recogida de la información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Junio 2014

RESULTADOS

IL.G.1 - Trayectoria laboral durante el PRIMER año posterior al egreso		
IL.G.1 - 1	Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación	40,0%
IL.G.1 - 2	Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación	100,0%
IL.G.1 - 3	Tasa de actividad (<i>un año después del egreso</i>)	20,0%
IL.G.1 - 4	Tasa de empleo (<i>un año después del egreso</i>)	20,0%
IL.G.1 - 5	Tasa de paro (<i>un año después del egreso</i>)	0,0%
IL.G.1 - 6	Tasa de asalarización (<i>un año después del egreso</i>)	100,0%
IL.G.1 - 7	Tiempo medio en conseguir empleo tras la graduación (meses)	4,00
IL.G.1 - 8	Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el primer año tras la graduación (meses)	4,00
IL.G.1 - 9	Salario neto medio mensual del primer empleo	800,00
IL.G.2 - Relación entre los estudios cursados y el primer empleo del titulado		
IL.G.2 - 1	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar	50,0%
IL.G.2 - 2	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria	50,0%
IL.G.3 - Satisfacción con el primer empleo (valoración de 1= completamente insatisfecho a 5= completamente satisfecho)		
IL.G.3 - 1	Grado de satisfacción con la estabilidad del primer empleo	4,00
IL.G.3 - 2	Grado de satisfacción con las perspectivas de futuro del primer empleo	3,00
IL.G.3 - 3	Grado de satisfacción con el salario del primer empleo	2,50
IL.G.3 - 4	Grado de satisfacción con las posibilidades de promoción del primer empleo (asalariados)	3,00
IL.G.3 - 5	Grado de satisfacción con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del primer empleo	4,00
IL.G.3 - 6	Grado de satisfacción global con el primer empleo	3,50

TP.G - TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADOS

FICHA TECNICA

Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2011/12 han egresado del GRADO EN MARKETING (VICÁLVARO)
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Estudiantes
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento
Tamaño muestral (%)	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Trayectoria Profesional - Grados
Sistema de recogida de la información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA

RESULTADOS

TP.G.1 - Trayectoria laboral durante los años posteriores al egreso

Trayectoria laboral SEGUNDO año posterior al egreso

TP.G.1 - 1	Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 2	Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 3	Tasa de actividad <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 4	Tasa de empleo <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 5	Tasa de paro <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 6	Tasa de asalarización <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 7	Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el segundo año tras la graduación (meses)
TP.G.1 - 8	Salario neto medio mensual del empleo <i>(dos años después del egreso)</i>

Trayectoria laboral TERCER año posterior al egreso

TP.G.1 - 9	Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 10	Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 11	Tasa de actividad <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 12	Tasa de empleo <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 13	Tasa de paro <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 14	Tasa de asalarización <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 15	Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el tercer año tras la graduación (meses)
TP.G.1 - 16	Salario neto medio mensual del empleo <i>(tres años después del egreso)</i>

TP.G - TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADOS

Trayectoria laboral CUARTO año posterior al egreso

TP.G.1 - 17	Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 18	Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 19	Tasa de actividad (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 20	Tasa de empleo (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 21	Tasa de paro (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 22	Tasa de asalarización (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 23	Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el cuarto año tras la graduación (meses)
TP.G.1 - 24	Salario neto medio mensual del empleo (<i>cuatro años después del egreso</i>)

TP.G.2 - Relación entre los estudios cursados y el empleo del titulado

Relación estudios/empleo SEGUNDO año posterior al egreso

TP.G.2 - 1	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.2 - 2	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria (<i>dos años después del egreso</i>)

Relación estudios/empleo TERCER año posterior al egreso

TP.G.2 - 3	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar (<i>tres años después del egreso</i>)
TP.G.2 - 4	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria (<i>tres años después del egreso</i>)

Relación estudios/empleo CUARTO año posterior al egreso

TP.G.2 - 5	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.2 - 6	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria (<i>cuatro años después del egreso</i>)

TP.G.3 - Satisfacción con el empleo (valoración de 1= completamente insatisfecho a 5= completamente satisfecho)

Satisfacción con empleo SEGUNDO año posterior al egreso

TP.G.3 - 1	Grado de satisfacción con la estabilidad del empleo actual (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 2	Grado de satisfacción con las perspectivas de futuro del empleo actual (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 3	Grado de satisfacción con el salario del empleo actual (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 4	Grado de satisfacción con las posibilidades de promoción del empleo actual (asalariados) (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 5	Grado de satisfacción con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del empleo actual (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 6	Grado de satisfacción global con el empleo actual (<i>dos años después del egreso</i>)

TP.G - TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADOS

Satisfacción con empleo TERCER año posterior al egreso

TP.G.3 - 7	Grado de satisfacción con la estabilidad del empleo actual <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.3 - 8	Grado de satisfacción con las perspectivas de futuro del empleo actual <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.3 - 9	Grado de satisfacción con el salario del empleo actual <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.3 - 10	Grado de satisfacción con las posibilidades de promoción del empleo actual (asalariados) <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.3 - 11	Grado de satisfacción con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del empleo actual <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.3 - 12	Grado de satisfacción global con el empleo actual <i>(tres años después del egreso)</i>

Satisfacción con empleo CUARTO año posterior al egreso

TP.G.3 - 13	Grado de satisfacción con la estabilidad del empleo actual <i>(cuatro años después del egreso)</i>
TP.G.3 - 14	Grado de satisfacción con las perspectivas de futuro del empleo actual <i>(cuatro años después del egreso)</i>
TP.G.3 - 15	Grado de satisfacción con el salario del empleo actual <i>(cuatro años después del egreso)</i>
TP.G.3 - 16	Grado de satisfacción de satisfacción con las posibilidades de promoción del empleo actual (asalariados) <i>(cuatro años después del egreso)</i>
TP.G.3 - 17	Grado de satisfacción con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del empleo actual <i>(cuatro años después del egreso)</i>
TP.G.3 - 18	Grado de satisfacción global con el empleo actual <i>(cuatro años después del egreso)</i>

AB - CAUSAS DE ABANDONO

FICHA TECNICA

Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso 2012/13 han abandonado sus estudios de GRADO EN MARKETING (VICÁLVARO)
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Estudiantes
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento
Tamaño muestral (%)	23,1%
Cuestionario	Cuestionario de Causas de Abandono
Sistema de recogida de la información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Junio 2014

RESULTADOS

AB.1 - Motivación

AB.1 - 1	Porcentaje de alumnos que abandonan que habrían escogido la titulación si no hubiesen existido restricciones	33,3%
----------	--	-------

AB.2 - Dificultades: importancia en la decisión de dejar los estudios (valoración de 1= muy bajo a 5= muy alto)

AB.2 - 1	Grado de importancia de la falta de tiempo para el estudio	3,67
AB.2 - 2	Grado de importancia de las dificultades con algunas asignaturas de la carrera	2,33
AB.2 - 3	Grado de importancia de las dificultades para asistir a clase u otros eventos programados	3,00
AB.2 - 4	Grado de importancia de las dificultades económicas	3,67
AB.2 - 5	Grado de importancia de la falta de motivación	3,33
AB.2 - 6	Porcentaje de alumnos que abandonan condicionados por cambio de domicilio	0,0%
AB.2 - 7	Porcentaje de alumnos que abandonan condicionados por problemas familiares	0,0%
AB.2 - 8	Porcentaje de alumnos que abandonan condicionados por problemas de salud	0,0%

AB.3 - Abandono: razón principal

AB.3 - 1	Porcentaje de alumnos que abandonan porque no les gustaba la titulación	66,7%
AB.3 - 2	Porcentaje de alumnos que abandonan por incompatibilidad con el trabajo	33,3%
AB.3 - 3	Porcentaje de alumnos que abandonan porque no les compensaba el tiempo o esfuerzo necesarios	0,0%
AB.3 - 4	Porcentaje de alumnos que abandonan por problemas económicos	0,0%
AB.3 - 5	Porcentaje de alumnos que abandonan por problemas personales o familiares	0,0%
AB.3 - 6	Porcentaje de alumnos que abandonan por otras causas	0,0%

AB - CAUSAS DE ABANDONO

AB.4 - Valoración de la URJC		
AB.4 - 1	Opinión sobre la URJC de los alumnos que abandonan (valoración de 1= muy mala a 5= muy buena)	3,33
AB.4 - 2	Porcentaje de alumnos que hubieran abandonado igualmente aunque hubiese habido actuaciones por parte de la URJC como mayor apoyo académico, mayor flexibilidad de horarios, o más becas y ayudas	66,7%

PLAN GENERAL DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN
INDICADORES DE ENCUESTAS
GRADOS PRESENCIALES
2013 / 2014

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (2100)

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (2100)

El presente documento recoge los indicadores de encuesta incluidos en el Plan General de Recogida de Información de la Universidad Rey Juan Carlos aprobado en Marzo de 2014 para el GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA). Los indicadores de la vigente campaña reflejan los siguientes puntos de interés:

PI -	PERFIL DE INGRESO (*)	2
VD.G -	VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)	3
SG.E -	SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL GRADO	5
IL.G -	INSERCIÓN LABORAL GRADOS.....	6
TP.G -	TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADOS	7
AB -	CAUSAS DE ABANDONO	10

Los datos se han obtenido a partir de las encuestas elaboradas por el Centro Universitario de Estudios Sociales Aplicados (CUESA) durante el curso académico 2013 / 2014 conforme al mencionado Plan General de Recogida de Información (PGRI), excepto la encuesta Inicial de Estudios realizada con anterioridad a la aprobación del Plan, y que se relacionan a continuación:

- Encuesta Inicial de Estudios
- Encuesta de Valoración Docente. Grados Presenciales
- Encuesta de Inserción Laboral. Grados
- Encuesta de Trayectoria Profesional. Grados
- Encuesta de Causas de Abandono

PI - PERFIL DE INGRESO (*)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Nuevos alumnos de primero matriculados durante el curso académico 2013/14 en el GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA)	
Marco	Listados de grupos por titulación (base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos)	
Método de selección	Selección de una asignatura troncal/obligatoria de cada grupo de primer curso y censo de los alumnos que se encuentran en el aula en el momento de realizar la encuesta	
Porcentaje de alumnos sobre la población	83,0%	
Cuestionario	Cuestionario de Inicio de Estudios (Perfil de Ingreso)	
Sistema de recogida de la información	Presencial (aula)	
Periodo de aplicación	Octubre - Noviembre 2013	
RESULTADOS		
PI.1 - Perfil socioeconómico		
PI.1 - 1	Edad media de acceso a la universidad (años)	18,89
PI.1 - 2	Porcentaje de hombres	50,7%
PI.1 - 3	Porcentaje de mujeres	49,3%
PI.1 - 4	Porcentaje de alumnos españoles	88,9%
PI.1 - 5	Porcentaje de alumnos extranjeros	11,1%
PI.1 - 6	Porcentaje de alumnos financiados con beca	27,8%
PI.2 - Acceso e imagen de la Universidad		
Valoración de la URJC		
PI.2 - 1	Opinión de los nuevos alumnos sobre la URJC (escala de 1 = muy mala a 5= muy buena)	3,70
Valoración de la información facilitada por la URJC (valoración de 1=nula a 5= muy satisfactoria)		
PI.2 - 2	Valoración de la información sobre los objetivos de la titulación	3,08
PI.2 - 3	Valoración de la información sobre el plan de estudios	3,06
PI.2 - 4	Valoración de la información sobre becas y ayudas	2,39
PI.2 - 5	Valoración de la información sobre las instalaciones: aulas, laboratorios,...	3,38
PI.2 - 6	Valoración de la información sobre los servicios del Campus: Biblioteca, Centro de Idiomas,...	3,46
PI.2 - 7	Valoración global de la información facilitada por la URJC	3,22

(*) Encuesta no incluida en el PGRI

VD.G - VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)

FICHA TÉCNICA

Población objetivo	Alumnos de la URJC matriculados en el curso académico 2013/14 en el GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA)
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos
Método de selección	Censal
Porcentaje de alumnos sobre la población	68,1%
Cuestionario	Cuestionario de Valoración Docente – Titulaciones presenciales
Sistema de recogida de la información	Presencial (primer semestre) / Online (segundo semestre)
Periodo de aplicación	Noviembre-Diciembre 2013 (primer semestre) / Mayo-Junio 2014 (segundo semestre)

RESULTADOS

Grado de acuerdo con aspectos docentes
(valoración de 1= completamente en desacuerdo a 5= completamente de acuerdo)

VD.G.1 - Resultados de la valoración docente

VD.G.1 - 1	Se explica la guía docente	3,73
VD.G.1 - 2	Se informa sobre los criterios de evaluación	3,79
VD.G.1 - 3	Se respetan los horarios	3,94
VD.G.1 - 4	Disponibilidad para atender al alumno	3,86
VD.G.1 - 5	Se aclaran las dudas	3,74
VD.G.1 - 6	Se explica con claridad	3,59
VD.G.1 - 7	Las actividades docentes se ajustan a lo establecido en la guía	3,73
VD.G.1 - 8	Se facilita el seguimiento y el aprendizaje	3,60
VD.G.1 - 10	Se está satisfecho con la labor del profesor	3,66
VD.G.1 - 11	Se proponen actividades complementarias	3,61

VD.G.2 - Resultados globales de la valoración docente

VD.G.2 - 1	Resultados de la valoración docente de primer curso	3,90
VD.G.2 - 2	Resultados de la valoración docente de segundo curso	3,64
VD.G.2 - 3	Resultados de la valoración docente de tercer curso	3,58
VD.G.2 - 4	Resultados de la valoración docente de cuarto curso	3,98
VD.G.2 - 5	Resultados de la valoración docente de quinto curso	N/A
VD.G.2 - 6	Resultados de la valoración docente de sexto curso	N/A
VD.G.2 - 7	Resultados de la valoración docente de la titulación	3,72

VD.G - VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)

VD.G.3 -	Porcentaje de profesores con valoración ≥ 3	
VD.G.3 - 1	Porcentaje de profesores de primer curso con valoración ≥ 3	88,9%
VD.G.3 - 2	Porcentaje de profesores de segundo curso con valoración ≥ 3	90,9%
VD.G.3 - 3	Porcentaje de profesores de tercer curso con valoración ≥ 3	70,8%
VD.G.3 - 4	Porcentaje de profesores de cuarto curso con valoración ≥ 3	100,0%
VD.G.3 - 5	Porcentaje de profesores de quinto curso con valoración ≥ 3	N/A
VD.G.3 - 6	Porcentaje de profesores de sexto curso con valoración ≥ 3	N/A
VD.G.3 - 7	Porcentaje de profesores de la titulación con valoración ≥ 3	84,7%

SG.E - SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL GRADO

FICHA TÉCNICA

Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2012/13 han egresado del GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA)
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Estudiantes
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento
Tamaño muestral (%)	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral – Grados
Sistema de recogida de la información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA

RESULTADOS

SG.E.1 - Grado de satisfacción con la organización de la enseñanza (valoración de 1= completamente insatisfecho a 5= completamente satisfecho)

SG.E.1 -1 Satisfacción con la organización del plan de estudios para la adquisición del perfil de egreso

SG.E.1 - 2 Satisfacción con los conocimientos adquiridos y competencias desarrolladas

SG.E.2 - Grado de satisfacción con la formación (valoración de 1= completamente insatisfecho a 5= completamente satisfecho)

SG.E.2 - 1 Valoración global de la formación proporcionada por la URJC

SG.E.3 - Utilidad del título universitario (valoración de 1= utilidad muy baja o nula a 5= utilidad muy alta)

SG.E.3 - 1 Utilidad del título universitario para acceder al mercado de trabajo

SG.E.3 - 2 Utilidad del título universitario para mejorar las condiciones laborales

IL.G - INSERCIÓN LABORAL GRADOS

FICHA TÉCNICA

Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2012/13 han egresado del GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA)
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Estudiantes
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento
Tamaño muestral (%)	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral - Grados
Sistema de recogida de la información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA

RESULTADOS

IL.G.1 - Trayectoria laboral durante el PRIMER año posterior al egreso

IL.G.1 - 1	Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación
IL.G.1 - 2	Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación
IL.G.1 - 3	Tasa de actividad (<i>un año después del egreso</i>)
IL.G.1 - 4	Tasa de empleo (<i>un año después del egreso</i>)
IL.G.1 - 5	Tasa de paro (<i>un año después del egreso</i>)
IL.G.1 - 6	Tasa de asalarización (<i>un año después del egreso</i>)
IL.G.1 - 7	Tiempo medio en conseguir empleo tras la graduación (meses)
IL.G.1 - 8	Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el primer año tras la graduación (meses)
IL.G.1 - 9	Salario neto medio mensual del primer empleo

IL.G.2 - Relación entre los estudios cursados y el primer empleo del titulado

IL.G.2 - 1	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar
IL.G.2 - 2	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria

IL.G.3 - Satisfacción con el primer empleo (valoración de 1= completamente insatisfecho a 5= completamente satisfecho)

IL.G.3 - 1	Grado de satisfacción con la estabilidad del primer empleo
IL.G.3 - 2	Grado de satisfacción con las perspectivas de futuro del primer empleo
IL.G.3 - 3	Grado de satisfacción con el salario del primer empleo
IL.G.3 - 4	Grado de satisfacción con las posibilidades de promoción del primer empleo (asalariados)
IL.G.3 - 5	Grado de satisfacción con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del primer empleo
IL.G.3 - 6	Grado de satisfacción global con el primer empleo

TP.G - TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADOS

FICHA TECNICA

Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2011/12 han egresado del GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA)
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Estudiantes
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento
Tamaño muestral (%)	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Trayectoria Profesional - Grados
Sistema de recogida de la información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA

RESULTADOS

TP.G.1 - Trayectoria laboral durante los años posteriores al egreso

Trayectoria laboral SEGUNDO año posterior al egreso

TP.G.1 - 1	Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 2	Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 3	Tasa de actividad <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 4	Tasa de empleo <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 5	Tasa de paro <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 6	Tasa de asalarización <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 7	Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el segundo año tras la graduación (meses)
TP.G.1 - 8	Salario neto medio mensual del empleo <i>(dos años después del egreso)</i>

Trayectoria laboral TERCER año posterior al egreso

TP.G.1 - 9	Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 10	Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 11	Tasa de actividad <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 12	Tasa de empleo <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 13	Tasa de paro <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 14	Tasa de asalarización <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 15	Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el tercer año tras la graduación (meses)
TP.G.1 - 16	Salario neto medio mensual del empleo <i>(tres años después del egreso)</i>

TP.G - TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADOS

Trayectoria laboral CUARTO año posterior al egreso

TP.G.1 - 17	Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 18	Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 19	Tasa de actividad (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 20	Tasa de empleo (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 21	Tasa de paro (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 22	Tasa de asalarización (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 23	Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el cuarto año tras la graduación (meses)
TP.G.1 - 24	Salario neto medio mensual del empleo (<i>cuatro años después del egreso</i>)

TP.G.2 - Relación entre los estudios cursados y el empleo del titulado

Relación estudios/empleo SEGUNDO año posterior al egreso

TP.G.2 - 1	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.2 - 2	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria (<i>dos años después del egreso</i>)

Relación estudios/empleo TERCER año posterior al egreso

TP.G.2 - 3	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar (<i>tres años después del egreso</i>)
TP.G.2 - 4	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria (<i>tres años después del egreso</i>)

Relación estudios/empleo CUARTO año posterior al egreso

TP.G.2 - 5	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.2 - 6	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria (<i>cuatro años después del egreso</i>)

TP.G.3 - Satisfacción con el empleo (valoración de 1= completamente insatisfecho a 5= completamente satisfecho)

Satisfacción con empleo SEGUNDO año posterior al egreso

TP.G.3 - 1	Grado de satisfacción con la estabilidad del empleo actual (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 2	Grado de satisfacción con las perspectivas de futuro del empleo actual (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 3	Grado de satisfacción con el salario del empleo actual (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 4	Grado de satisfacción con las posibilidades de promoción del empleo actual (asalariados) (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 5	Grado de satisfacción con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del empleo actual (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 6	Grado de satisfacción global con el empleo actual (<i>dos años después del egreso</i>)

TP.G - TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADOS

Satisfacción con empleo TERCER año posterior al egreso

TP.G.3 - 7	Grado de satisfacción con la estabilidad del empleo actual (<i>tres años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 8	Grado de satisfacción con las perspectivas de futuro del empleo actual (<i>tres años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 9	Grado de satisfacción con el salario del empleo actual (<i>tres años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 10	Grado de satisfacción con las posibilidades de promoción del empleo actual (asalariados) (<i>tres años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 11	Grado de satisfacción con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del empleo actual (<i>tres años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 12	Grado de satisfacción global con el empleo actual (<i>tres años después del egreso</i>)

Satisfacción con empleo CUARTO año posterior al egreso

TP.G.3 - 13	Grado de satisfacción con la estabilidad del empleo actual (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 14	Grado de satisfacción con las perspectivas de futuro del empleo actual (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 15	Grado de satisfacción con el salario del empleo actual (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 16	Grado de satisfacción de satisfacción con las posibilidades de promoción del empleo actual (asalariados) (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 17	Grado de satisfacción con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del empleo actual (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 18	Grado de satisfacción global con el empleo actual (<i>cuatro años después del egreso</i>)

AB - CAUSAS DE ABANDONO

FICHA TECNICA

Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso 2012/13 han abandonado sus estudios de GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA)
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Estudiantes
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento
Tamaño muestral (%)	57,1%
Cuestionario	Cuestionario de Causas de Abandono
Sistema de recogida de la información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Junio 2014

RESULTADOS

AB.1 - Motivación

AB.1 - 1	Porcentaje de alumnos que abandonan que habrían escogido la titulación si no hubiesen existido restricciones	50,0%
----------	--	-------

AB.2 - Dificultades: importancia en la decisión de dejar los estudios (valoración de 1= muy bajo a 5= muy alto)

AB.2 - 1	Grado de importancia de la falta de tiempo para el estudio	1,25
AB.2 - 2	Grado de importancia de las dificultades con algunas asignaturas de la carrera	2,00
AB.2 - 3	Grado de importancia de las dificultades para asistir a clase u otros eventos programados	1,25
AB.2 - 4	Grado de importancia de las dificultades económicas	3,25
AB.2 - 5	Grado de importancia de la falta de motivación	1,75
AB.2 - 6	Porcentaje de alumnos que abandonan condicionados por cambio de domicilio	0,0%
AB.2 - 7	Porcentaje de alumnos que abandonan condicionados por problemas familiares	0,0%
AB.2 - 8	Porcentaje de alumnos que abandonan condicionados por problemas de salud	0,0%

AB.3 - Abandono: razón principal

AB.3 - 1	Porcentaje de alumnos que abandonan porque no les gustaba la titulación	50,0%
AB.3 - 2	Porcentaje de alumnos que abandonan por incompatibilidad con el trabajo	0,0%
AB.3 - 3	Porcentaje de alumnos que abandonan porque no les compensaba el tiempo o esfuerzo necesarios	0,0%
AB.3 - 4	Porcentaje de alumnos que abandonan por problemas económicos	50,0%
AB.3 - 5	Porcentaje de alumnos que abandonan por problemas personales o familiares	0,0%
AB.3 - 6	Porcentaje de alumnos que abandonan por otras causas	0,0%

AB - CAUSAS DE ABANDONO

AB.4 - Valoración de la URJC		
AB.4 - 1	Opinión sobre la URJC de los alumnos que abandonan (valoración de 1= muy mala a 5= muy buena)	4,50
AB.4 - 2	Porcentaje de alumnos que hubieran abandonado igualmente aunque hubiese habido actuaciones por parte de la URJC como mayor apoyo académico, mayor flexibilidad de horarios, o más becas y ayudas	50,0%

PLAN GENERAL DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN
INDICADORES DE ENCUESTAS
GRADOS PRESENCIALES
2013 / 2014

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (2164)

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (2164)

El presente documento recoge los indicadores de encuesta incluidos en el Plan General de Recogida de Información de la Universidad Rey Juan Carlos aprobado en Marzo de 2014 para el GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES). Los indicadores de la vigente campaña reflejan los siguientes puntos de interés:

PI -	PERFIL DE INGRESO (*)	2
VD.G -	VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)	3
SG.E -	SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL GRADO	5
IL.G -	INSERCIÓN LABORAL GRADOS.....	6
TP.G -	TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADOS	7
AB -	CAUSAS DE ABANDONO	10

Los datos se han obtenido a partir de las encuestas elaboradas por el Centro Universitario de Estudios Sociales Aplicados (CUESA) durante el curso académico 2013 / 2014 conforme al mencionado Plan General de Recogida de Información (PGRI), excepto la encuesta Inicial de Estudios realizada con anterioridad a la aprobación del Plan, y que se relacionan a continuación:

- Encuesta Inicial de Estudios
- Encuesta de Valoración Docente. Grados Presenciales
- Encuesta de Inserción Laboral. Grados
- Encuesta de Trayectoria Profesional. Grados
- Encuesta de Causas de Abandono

PI - PERFIL DE INGRESO (*)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Nuevos alumnos de primero matriculados durante el curso académico 2013/14 en el GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES)	
Marco	Listados de grupos por titulación (base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos)	
Método de selección	Selección de una asignatura troncal/obligatoria de cada grupo de primer curso y censo de los alumnos que se encuentran en el aula en el momento de realizar la encuesta	
Porcentaje de alumnos sobre la población	73,1%	
Cuestionario	Cuestionario de Inicio de Estudios (Perfil de Ingreso)	
Sistema de recogida de la información	Presencial (aula)	
Periodo de aplicación	Octubre - Noviembre 2013	
RESULTADOS		
PI.1 - Perfil socioeconómico		
PI.1 - 1	Edad media de acceso a la universidad (años)	19,66
PI.1 - 2	Porcentaje de hombres	55,1%
PI.1 - 3	Porcentaje de mujeres	44,9%
PI.1 - 4	Porcentaje de alumnos españoles	95,9%
PI.1 - 5	Porcentaje de alumnos extranjeros	4,1%
PI.1 - 6	Porcentaje de alumnos financiados con beca	12,5%
PI.2 - Acceso e imagen de la Universidad		
Valoración de la URJC		
PI.2 - 1	Opinión de los nuevos alumnos sobre la URJC (escala de 1 = muy mala a 5= muy buena)	3,71
Valoración de la información facilitada por la URJC (valoración de 1=nula a 5= muy satisfactoria)		
PI.2 - 2	Valoración de la información sobre los objetivos de la titulación	2,73
PI.2 - 3	Valoración de la información sobre el plan de estudios	2,83
PI.2 - 4	Valoración de la información sobre becas y ayudas	2,06
PI.2 - 5	Valoración de la información sobre las instalaciones: aulas, laboratorios,...	2,94
PI.2 - 6	Valoración de la información sobre los servicios del Campus: Biblioteca, Centro de Idiomas,...	3,12
PI.2 - 7	Valoración global de la información facilitada por la URJC	2,88

(*) Encuesta no incluida en el PGRI

VD.G - VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)

FICHA TÉCNICA

Población objetivo	Alumnos de la URJC matriculados en el curso académico 2013/14 en el GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES)
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos
Método de selección	Censal
Porcentaje de alumnos sobre la población	66,7%
Cuestionario	Cuestionario de Valoración Docente – Titulaciones presenciales
Sistema de recogida de la información	Presencial (primer semestre) / Online (segundo semestre)
Periodo de aplicación	Noviembre-Diciembre 2013 (primer semestre) / Mayo-Junio 2014 (segundo semestre)

RESULTADOS

Grado de acuerdo con aspectos docentes
(valoración de 1= completamente en desacuerdo a 5= completamente de acuerdo)

VD.G.1 - Resultados de la valoración docente

VD.G.1 - 1	Se explica la guía docente	3,94
VD.G.1 - 2	Se informa sobre los criterios de evaluación	3,99
VD.G.1 - 3	Se respetan los horarios	3,86
VD.G.1 - 4	Disponibilidad para atender al alumno	3,93
VD.G.1 - 5	Se aclaran las dudas	3,82
VD.G.1 - 6	Se explica con claridad	3,72
VD.G.1 - 7	Las actividades docentes se ajustan a lo establecido en la guía	3,83
VD.G.1 - 8	Se facilita el seguimiento y el aprendizaje	3,69
VD.G.1 - 10	Se está satisfecho con la labor del profesor	3,81
VD.G.1 - 11	Se proponen actividades complementarias	3,74

VD.G.2 - Resultados globales de la valoración docente

VD.G.2 - 1	Resultados de la valoración docente de primer curso	3,85
VD.G.2 - 2	Resultados de la valoración docente de segundo curso	N/A
VD.G.2 - 3	Resultados de la valoración docente de tercer curso	N/A
VD.G.2 - 4	Resultados de la valoración docente de cuarto curso	N/A
VD.G.2 - 5	Resultados de la valoración docente de quinto curso	N/A
VD.G.2 - 6	Resultados de la valoración docente de sexto curso	N/A
VD.G.2 - 7	Resultados de la valoración docente de la titulación	3,85

VD.G - VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)

VD.G.3 -	Porcentaje de profesores con valoración ≥ 3	
VD.G.3 - 1	Porcentaje de profesores de primer curso con valoración ≥ 3	88,9%
VD.G.3 - 2	Porcentaje de profesores de segundo curso con valoración ≥ 3	N/A
VD.G.3 - 3	Porcentaje de profesores de tercer curso con valoración ≥ 3	N/A
VD.G.3 - 4	Porcentaje de profesores de cuarto curso con valoración ≥ 3	N/A
VD.G.3 - 5	Porcentaje de profesores de quinto curso con valoración ≥ 3	N/A
VD.G.3 - 6	Porcentaje de profesores de sexto curso con valoración ≥ 3	N/A
VD.G.3 - 7	Porcentaje de profesores de la titulación con valoración ≥ 3	88,9%

SG.E - SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL GRADO

FICHA TÉCNICA

Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2012/13 han egresado del GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES)
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Estudiantes
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento
Tamaño muestral (%)	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral – Grados
Sistema de recogida de la información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA

RESULTADOS

SG.E.1 - Grado de satisfacción con la organización de la enseñanza (valoración de 1= completamente insatisfecho a 5= completamente satisfecho)

SG.E.1 - 1 Satisfacción con la organización del plan de estudios para la adquisición del perfil de egreso

SG.E.1 - 2 Satisfacción con los conocimientos adquiridos y competencias desarrolladas

SG.E.2 - Grado de satisfacción con la formación (valoración de 1= completamente insatisfecho a 5= completamente satisfecho)

SG.E.2 - 1 Valoración global de la formación proporcionada por la URJC

SG.E.3 - Utilidad del título universitario (valoración de 1= utilidad muy baja o nula a 5= utilidad muy alta)

SG.E.3 - 1 Utilidad del título universitario para acceder al mercado de trabajo

SG.E.3 - 2 Utilidad del título universitario para mejorar las condiciones laborales

IL.G - INSERCIÓN LABORAL GRADOS

FICHA TÉCNICA

Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2012/13 han egresado del GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES)
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Estudiantes
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento
Tamaño muestral (%)	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral - Grados
Sistema de recogida de la información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA

RESULTADOS

IL.G.1 - Trayectoria laboral durante el PRIMER año posterior al egreso

IL.G.1 - 1	Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación
IL.G.1 - 2	Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación
IL.G.1 - 3	Tasa de actividad (<i>un año después del egreso</i>)
IL.G.1 - 4	Tasa de empleo (<i>un año después del egreso</i>)
IL.G.1 - 5	Tasa de paro (<i>un año después del egreso</i>)
IL.G.1 - 6	Tasa de asalarización (<i>un año después del egreso</i>)
IL.G.1 - 7	Tiempo medio en conseguir empleo tras la graduación (meses)
IL.G.1 - 8	Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el primer año tras la graduación (meses)
IL.G.1 - 9	Salario neto medio mensual del primer empleo

IL.G.2 - Relación entre los estudios cursados y el primer empleo del titulado

IL.G.2 - 1	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar
IL.G.2 - 2	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria

IL.G.3 - Satisfacción con el primer empleo (valoración de 1= completamente insatisfecho a 5= completamente satisfecho)

IL.G.3 - 1	Grado de satisfacción con la estabilidad del primer empleo
IL.G.3 - 2	Grado de satisfacción con las perspectivas de futuro del primer empleo
IL.G.3 - 3	Grado de satisfacción con el salario del primer empleo
IL.G.3 - 4	Grado de satisfacción con las posibilidades de promoción del primer empleo (asalariados)
IL.G.3 - 5	Grado de satisfacción con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del primer empleo
IL.G.3 - 6	Grado de satisfacción global con el primer empleo

TP.G - TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADOS

FICHA TECNICA

Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2011/12 han egresado del GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES)
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Estudiantes
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento
Tamaño muestral (%)	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Trayectoria Profesional - Grados
Sistema de recogida de la información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA

RESULTADOS

TP.G.1 - Trayectoria laboral durante los años posteriores al egreso

Trayectoria laboral SEGUNDO año posterior al egreso

TP.G.1 - 1	Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 2	Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 3	Tasa de actividad <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 4	Tasa de empleo <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 5	Tasa de paro <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 6	Tasa de asalarización <i>(dos años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 7	Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el segundo año tras la graduación (meses)
TP.G.1 - 8	Salario neto medio mensual del empleo <i>(dos años después del egreso)</i>

Trayectoria laboral TERCER año posterior al egreso

TP.G.1 - 9	Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 10	Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 11	Tasa de actividad <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 12	Tasa de empleo <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 13	Tasa de paro <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 14	Tasa de asalarización <i>(tres años después del egreso)</i>
TP.G.1 - 15	Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el tercer año tras la graduación (meses)
TP.G.1 - 16	Salario neto medio mensual del empleo <i>(tres años después del egreso)</i>

TP.G - TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADOS

Trayectoria laboral CUARTO año posterior al egreso

TP.G.1 - 17	Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 18	Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 19	Tasa de actividad (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 20	Tasa de empleo (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 21	Tasa de paro (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 22	Tasa de asalarización (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.1 - 23	Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el cuarto año tras la graduación (meses)
TP.G.1 - 24	Salario neto medio mensual del empleo (<i>cuatro años después del egreso</i>)

TP.G.2 - Relación entre los estudios cursados y el empleo del titulado

Relación estudios/empleo SEGUNDO año posterior al egreso

TP.G.2 - 1	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.2 - 2	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria (<i>dos años después del egreso</i>)

Relación estudios/empleo TERCER año posterior al egreso

TP.G.2 - 3	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar (<i>tres años después del egreso</i>)
TP.G.2 - 4	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria (<i>tres años después del egreso</i>)

Relación estudios/empleo CUARTO año posterior al egreso

TP.G.2 - 5	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.2 - 6	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria (<i>cuatro años después del egreso</i>)

TP.G.3 - Satisfacción con el empleo (valoración de 1= completamente insatisfecho a 5= completamente satisfecho)

Satisfacción con empleo SEGUNDO año posterior al egreso

TP.G.3 - 1	Grado de satisfacción con la estabilidad del empleo actual (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 2	Grado de satisfacción con las perspectivas de futuro del empleo actual (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 3	Grado de satisfacción con el salario del empleo actual (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 4	Grado de satisfacción con las posibilidades de promoción del empleo actual (asalariados) (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 5	Grado de satisfacción con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del empleo actual (<i>dos años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 6	Grado de satisfacción global con el empleo actual (<i>dos años después del egreso</i>)

TP.G - TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADOS

Satisfacción con empleo TERCER año posterior al egreso

TP.G.3 - 7	Grado de satisfacción con la estabilidad del empleo actual (<i>tres años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 8	Grado de satisfacción con las perspectivas de futuro del empleo actual (<i>tres años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 9	Grado de satisfacción con el salario del empleo actual (<i>tres años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 10	Grado de satisfacción con las posibilidades de promoción del empleo actual (asalariados) (<i>tres años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 11	Grado de satisfacción con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del empleo actual (<i>tres años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 12	Grado de satisfacción global con el empleo actual (<i>tres años después del egreso</i>)

Satisfacción con empleo CUARTO año posterior al egreso

TP.G.3 - 13	Grado de satisfacción con la estabilidad del empleo actual (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 14	Grado de satisfacción con las perspectivas de futuro del empleo actual (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 15	Grado de satisfacción con el salario del empleo actual (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 16	Grado de satisfacción de satisfacción con las posibilidades de promoción del empleo actual (asalariados) (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 17	Grado de satisfacción con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del empleo actual (<i>cuatro años después del egreso</i>)
TP.G.3 - 18	Grado de satisfacción global con el empleo actual (<i>cuatro años después del egreso</i>)

AB - CAUSAS DE ABANDONO

FICHA TECNICA

Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso 2012/13 han abandonado sus estudios de GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES)
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Estudiantes
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento
Tamaño muestral (%)	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Causas de Abandono
Sistema de recogida de la información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA

RESULTADOS

AB.1 - Motivación

AB.1 - 1	Porcentaje de alumnos que abandonan que habrían escogido la titulación si no hubiesen existido restricciones
----------	--

AB.2 - Dificultades: importancia en la decisión de dejar los estudios (valoración de 1= muy bajo a 5= muy alto)

AB.2 - 1	Grado de importancia de la falta de tiempo para el estudio
AB.2 - 2	Grado de importancia de las dificultades con algunas asignaturas de la carrera
AB.2 - 3	Grado de importancia de las dificultades para asistir a clase u otros eventos programados
AB.2 - 4	Grado de importancia de las dificultades económicas
AB.2 - 5	Grado de importancia de la falta de motivación
AB.2 - 6	Porcentaje de alumnos que abandonan condicionados por cambio de domicilio
AB.2 - 7	Porcentaje de alumnos que abandonan condicionados por problemas familiares
AB.2 - 8	Porcentaje de alumnos que abandonan condicionados por problemas de salud

AB.3 - Abandono: razón principal

AB.3 - 1	Porcentaje de alumnos que abandonan porque no les gustaba la titulación
AB.3 - 2	Porcentaje de alumnos que abandonan por incompatibilidad con el trabajo
AB.3 - 3	Porcentaje de alumnos que abandonan porque no les compensaba el tiempo o esfuerzo necesarios
AB.3 - 4	Porcentaje de alumnos que abandonan por problemas económicos
AB.3 - 5	Porcentaje de alumnos que abandonan por problemas personales o familiares
AB.3 - 6	Porcentaje de alumnos que abandonan por otras causas

AB - CAUSAS DE ABANDONO

AB.4 - Valoración de la URJC

- | | |
|----------|--|
| AB.4 - 1 | Opinión sobre la URJC de los alumnos que abandonan (valoración de 1= muy mala a 5= muy buena) |
| AB.4 - 2 | Porcentaje de alumnos que hubieran abandonado igualmente aunque hubiese habido actuaciones por parte de la URJC como mayor apoyo académico, mayor flexibilidad de horarios, o más becas y ayudas |