

**PLAN GENERAL DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN  
INDICADORES DE ENCUESTAS  
GRADOS PRESENCIALES  
2016 / 2017**

---

**GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2110)**

**GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( CÓD. 2110 )**

---

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 (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) . Los indicadores de la vigente campaña reflejan los siguientes puntos de interés:

|         |   |
|---------|---|
| NA      | NUEVOS ALUMNOS DE GRADO (PRESENCIAL)  |
| VD.G    | VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)                                       |
| SG.A    | SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL)                   |
| SG.E    | SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL GRADO                                  |
| IL.G    | INSERCIÓN LABORAL GRADO. PRIMER AÑO POSTERIOR AL EGRESO                     |
| TP.G    | TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADO. SEGUNDO AÑO POSTERIOR AL EGRESO              |
| TP.G.T  | TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADO. TERCER AÑO POSTERIOR AL EGRESO               |
| TP.G.C  | TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADO. CUARTO AÑO POSTERIOR AL EGRESO               |
| AB      | CAUSAS DE ABANDONO  |
| SCU.PDI | SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL CAMPUS Y UNIVERSIDAD (GRADO PRESENCIAL) |
| SG.PDI  | SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL GRADO (PRESENCIAL)                      |
| PM.IN   | SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ALUMNOS ENTRANTES                |
| PM.OUT  | SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ALUMNOS SALIENTES                |
| PE.AG   | PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS       |
| PE.T    | PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL TUTOR EXTERNO                 |
| PE.E    | PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES                |
| SU.PAS  | SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON LA UNIVERSIDAD  |

## **GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( CÓD. 2110 )**

---

Los datos se han obtenido a partir de las encuestas elaboradas por el Centro Universitario de Estudios Aplicados (CUESA) durante el curso académico 2016 / 2017 conforme al mencionado Plan General de Recogida de Información y que se relacionan a continuación:

- Encuesta de Nuevos Alumnos. Grados Presenciales
- Encuesta de Valoración Docente. Grados Presenciales
- Encuesta de Satisfacción de los Estudiantes con el Grado (Presencial)
- Encuesta de Inserción Laboral. Grados
- Encuesta de Trayectoria Profesional. Grados
- Encuesta de Causas de Abandono. Grados
- Encuesta de Satisfacción del Profesorado con el Grado (Presencial)
- Encuesta de Satisfacción del Profesorado con el Campus y la Universidad (Grados Presenciales)
- Encuesta de Satisfacción con el Programa de Movilidad. Alumnos Entrantes
- Encuesta de Satisfacción con el Programa de Movilidad. Alumnos Salientes
- Encuesta de Satisfacción del Estudiante de Grado en Prácticas para la Evaluación de las Prácticas Externas
- Encuesta de Satisfacción del Tutor Externo para la Evaluación de las Prácticas Externas de Grado
- Encuesta de Satisfacción de los Empleadores para la Evaluación de las Prácticas Externas de Grado
- Encuesta de Satisfacción del Personal de Administración y Servicios con la Universidad

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| NA NUEVOS ALUMNOS DE GRADO (PRESENCIAL)   |  |        |
|---|--|--------|
| <b>FICHA TÉCNICA</b>  |  |        |
| Población objetivo  | Alumnos de nuevo ingreso en el GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) de la URJC en el curso académico 2016/17   |        |
| Tamaño Población objetivo   | 86 individuos  |        |
| Marco   | Listado de alumnos por titulación. Base de datos Secretaría de la Universidad  |        |
| Método de selección   | Censal   |        |
| Tamaño muestral   | 41,9%  |        |
| Cuestionario  | Cuestionario de Nuevos Alumnos - Grados Presenciales   |        |
| Recogida información  | On-line  |        |
| Periodo de aplicación   | Octubre 2016 - Febrero 2017  |        |
| <b>RESULTADOS</b>   |  |        |
| <b>NA.1 Perfil socioeconómico</b>   |  |        |
| NA.1 - 1  | Edad media de acceso a la Universidad (años)   | 18,58  |
| NA.1 - 2  | Porcentaje de hombres  | 42,9%  |
| NA.1 - 3  | Porcentaje de mujeres  | 57,1%  |
| NA.1 - 4  | Porcentaje de alumnos españoles  | 100,0% |
| NA.1 - 5  | Porcentaje de alumnos extranjeros  | 0,0%   |
| NA.1 - 6  | Porcentaje de alumnos que han solicitado becas   | 50,0%  |
| <b>NA.2 Satisfacción con el proceso de matriculación</b>  |  |        |
| NA.2 - 1  | Grado de satisfacción con la disponibilidad de la información  | 3,61   |
| NA.2 - 2  | Grado de satisfacción con la claridad de las instrucciones   | 3,44   |
| NA.2 - 3  | Grado de satisfacción con el sistema de ayuda y consulta   | 3,22   |
| NA.2 - 4  | Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web   | 3,81   |
| NA.2 - 5  | Grado de satisfacción global con el proceso de matriculación   | 3,75   |
| <b>NA.3 Valoración de la URJC (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)</b> |  |        |
| NA.3 - 1  | Opinión de los nuevos alumnos sobre la URJC<br>(escala de 1=muy mala a 5=muy buena)                                      | 3,39   |
| NA.3 - 2  | Porcentaje de alumnos que han asistido a las Jornadas de acogida   | 11,1%  |
| NA.3 - 3  | Valoración de la utilidad de las Jornadas de acogida<br>(valoración de 1=utilidad muy baja o nula a 5=utilidad muy alta) | 3,50   |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| NA       | NUEVOS ALUMNOS DE GRADO (PRESENCIAL)   |       |
|----------|--|-------|
| NA.4     | Motivación   |       |
| NA.4 - 1 | Porcentaje de alumnos que habrían escogido la titulación si no hubiesen existido restricciones | 69,4% |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| VD.G VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)                 |   |      |
|--|---|------|
| <b>FICHA TÉCNICA</b>                                       |   |      |
| Población objetivo   | Alumnos de la URJC matriculados durante el curso académico 2016/17 en asignaturas del GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) siempre que dicha titulación esté desplegada con al menos cinco grupos propios de docencia |      |
| Marco  | Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos  |      |
| Método de selección  | Censal  |      |
| Tamaño muestral  | 68,9%   |      |
| Cuestionario   | Cuestionario de Valoración Docente - Titulaciones Presenciales  |      |
| Recogida información                                       | On-line   |      |
| Periodo de aplicación                                      | Diciembre 2016-Enero 2017 (primer semestre) / Mayo-Junio 2017 (segundo semestre)  |      |
| <b>RESULTADOS</b>  | Grado de acuerdo con aspectos docentes<br>(valoración de 1 = completamente en desacuerdo a 5 = completamente de acuerdo)  |      |
| <b>VD.G.1 Resultados de la valoración docente</b>          |   |      |
| VD.G.1 - 1   | Se explica la guía docente  | 3,84 |
| VD.G.1 - 2   | Se informa sobre los criterios de evaluación  | 3,86 |
| VD.G.1 - 3   | Se respetan los horarios  | 3,89 |
| VD.G.1 - 4   | Disponibilidad para atender al alumno   | 3,87 |
| VD.G.1 - 5   | Se aclaran las dudas  | 3,77 |
| VD.G.1 - 6   | Se explica con claridad   | 3,58 |
| VD.G.1 - 7   | Las actividades docentes se ajustan a lo establecido en la guía   | 3,77 |
| VD.G.1 - 8   | Se facilita el seguimiento y el aprendizaje   | 3,61 |
| VD.G.1 - 9   | La evaluación se ajusta a las especificaciones de la guía docente   | 3,80 |
| VD.G.1 - 10  | Se está satisfecho con la labor del profesor  | 3,66 |
| <b>VD.G.2 Resultados globales de la valoración docente</b> |   |      |
| VD.G.2 - 1   | Resultados de la valoración docente de primer curso   | 3,52 |
| VD.G.2 - 2   | Resultados de la valoración docente de segundo curso  | 3,78 |
| VD.G.2 - 3   | Resultados de la valoración docente de tercer curso   | 3,89 |
| VD.G.2 - 4   | Resultados de la valoración docente de cuarto curso   | 3,77 |
| VD.G.2 - 5   | Resultados de la valoración docente de quinto curso   |      |
| VD.G.2 - 6   | Resultados de la valoración docente de sexto curso  |      |
| VD.G.2 - 7   | Resultados de la valoración docente de la Titulación  | 3,75 |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| VD.G VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)                |   |       |
|---|---|-------|
| VD.G.4 Porcentaje de profesores con valoración $\geq 3,5$ |   |       |
| VD.G.4 - 1  | Porcentaje de profesores de primer curso con valoración $\geq 3,5$  | 55,6% |
| VD.G.4 - 2  | Porcentaje de profesores de segundo curso con valoración $\geq 3,5$ | 81,8% |
| VD.G.4 - 3  | Porcentaje de profesores de tercer curso con valoración $\geq 3,5$  | 91,7% |
| VD.G.4 - 4  | Porcentaje de profesores de cuarto curso con valoración $\geq 3,5$  | 80,0% |
| VD.G.4 - 5  | Porcentaje de profesores de quinto curso con valoración $\geq 3,5$  |       |
| VD.G.4 - 6  | Porcentaje de profesores de sexto curso con valoración $\geq 3,5$   |       |
| VD.G.4 - 7  | Porcentaje de profesores de la Titulación con valoración $\geq 3,5$ | 78,4% |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| SG.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL) |  |      |
|--|--|------|
| <b>FICHA TÉCNICA</b>   |  |      |
| Población objetivo   | Alumnos de la URJC que durante el curso académico 2016/17 continúan los estudios de GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) que iniciaron en el curso 2014/15 |      |
| Tamaño Población objetivo                                      | 61 individuos  |      |
| Marco  | Base de datos Secretaría de la Universidad   |      |
| Método de selección  | Censal   |      |
| Tamaño muestral  | 60,7%  |      |
| Cuestionario   | Cuestionario de Satisfacción con el Grado Presencial - Alumnos   |      |
| Recogida información   | On-line  |      |
| Periodo de aplicación  | Febrero - Mayo 2017  |      |
| <b>RESULTADOS</b>  | Grado de satisfacción<br>(valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)  |      |
| <b>SG.A.1 Satisfacción con la organización de la enseñanza</b> |  |      |
| SG.A.1 - 1   | Grado de satisfacción con la estructura del Plan de Estudios   | 1,89 |
| SG.A.1 - 2   | Grado de satisfacción con el número de horas de clase de las asignaturas que se imparten en la titulación  | 3,27 |
| SG.A.1 - 3   | Grado de satisfacción con la carga de trabajo  | 2,81 |
| SG.A.1 - 4   | Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas  | 1,97 |
| SG.A.1 - 5   | Grado de satisfacción global con la organización de la enseñanza   | 2,00 |
| <b>SG.A.2 Satisfacción con los servicios disponibles</b>       |  |      |
| SG.A.2 - 1   | Grado de satisfacción con la Secretaría del Campus   | 2,68 |
| SG.A.2 - 2   | Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro  | 2,68 |
| SG.A.2 - 3   | Grado de satisfacción global con los servicios disponibles   | 2,68 |



GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| SG.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL)                |   |      |
|---|---|------|
| SG.A.3 Satisfacción con los espacios de docencia y estudio                    |   |      |
| SG.A.3 - 1  | Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas                | 3,54 |
| SG.A.3 - 2  | Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas  | 3,35 |
| SG.A.3 - 3  | Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas de informática | 3,60 |
| SG.A.3 - 4  | Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas de informática                                   | 3,43 |
| SG.A.3 - 5  | Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de los laboratorios         | 2,93 |
| SG.A.3 - 6  | Grado de satisfacción con el equipamiento de los laboratorios   | 2,93 |
| SG.A.3 - 7  | Grado de satisfacción con las condiciones de la biblioteca  | 4,28 |
| SG.A.3 - 8  | Grado de satisfacción con los recursos bibliográficos   | 4,09 |
| SG.A.3 - 9  | Grado de satisfacción global con los espacios de docencia y estudio                                     | 3,52 |
| SG.A.4 Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos              |   |      |
| SG.A.4 - 1  | Grado de satisfacción con Portal de Servicios   | 3,89 |
| SG.A.5 Satisfacción con Aula Virtual  |   |      |
| SG.A.5 - 1  | Grado de satisfacción con el funcionamiento general de la plataforma                                    | 3,81 |
| SG.A.5 - 2  | Grado de satisfacción con el aspecto, claridad y facilidad de uso de la plataforma                      | 3,73 |
| SG.A.5 - 3  | Grado de satisfacción con el soporte y asistencia técnica   | 3,22 |
| SG.A.5 - 4  | Grado de satisfacción global con Aula Virtual   | 3,59 |
| SG.A.6 Satisfacción con la información disponible en la web de la Universidad |   |      |
| SG.A.6 - 1  | Grado de satisfacción con la información disponible sobre el Plan de Estudios                           | 3,22 |
| SG.A.6 - 2  | Grado de satisfacción con la información disponible sobre el Grado                                      | 3,06 |
| SG.A.6 - 3  | Grado de satisfacción con la información disponible sobre becas y ayudas                                | 2,17 |
| SG.A.6 - 4  | Grado de satisfacción global con la información disponible en la web de la Universidad                  | 2,82 |
| SG.A.7 Satisfacción con los procedimientos administrativos                    |   |      |
| SG.A.7 - 1  | Grado de satisfacción con el proceso de matriculación   | 3,62 |
| SG.A.7 - 2  | Grado de satisfacción con los procedimientos de sugerencias y reclamaciones                             | 2,35 |
| SG.A.7 - 3  | Grado de satisfacción global con los procedimientos administrativos                                     | 2,99 |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| SG.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL) |  |      |
|--|--|------|
| SG.A.8 Satisfacción con la atención recibida                   |  |      |
| SG.A.8 - 1   | Grado de satisfacción con la labor de orientación y apoyo desarrollada por el coordinador de la Titulación | 2,20 |
| SG.A.8 - 2   | Grado de satisfacción con la labor de orientación y apoyo desarrollada por el Tutor Integral               | 1,82 |
| SG.A.8 - 3   | Grado de satisfacción global con las labores de orientación y apoyo  | 2,01 |
| SG.A.9 Satisfacción con la vida universitaria                  |  |      |
| SG.A.9 - 1   | Grado de satisfacción con las actividades deportivas   | 1,68 |
| SG.A.9 - 2   | Grado de satisfacción con las actividades culturales   | 1,83 |
| SG.A.9 - 3   | Grado de satisfacción con las actividades de cooperación y solidaridad                                     | 2,06 |
| SG.A.9 - 4   | Grado de satisfacción global con la vida universitaria   | 1,86 |
| SG.A.10 Satisfacción global                                    |  |      |
| SG.A.10 - 1  | Grado de satisfacción global con la Titulación   | 2,22 |
| SG.A.10 - 2  | Grado de satisfacción global con el Centro   | 2,73 |
| SG.A.10 - 3  | Grado de satisfacción global con los servicios de la Universidad   | 2,49 |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| SG.E SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL GRADO |  |      |
|---|--|------|
| <b>FICHA TÉCNICA</b>                            |  |      |
| Población objetivo                              | Alumnos de la URJC que en el curso académico 2015/16 han egresado del GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO)   |      |
| Tamaño Población objetivo                       | 32 individuos  |      |
| Marco   | Base de datos Secretaría de la Universidad   |      |
| Método de selección                             | Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento. Para determinar el tamaño muestral solo se consideran aquellos individuos con los que es posible comunicar, se descartan de la población individuos sin teléfono o con teléfono erróneo |      |
| Tamaño muestral                                 | 62,5% sobre 32 individuos con los que es posible comunicar   |      |
| Cuestionario                                    | Cuestionario de Inserción Laboral - Grados   |      |
| Recogida información                            | Telefónica   |      |
| Periodo de aplicación                           | Mayo -Junio 2017   |      |
| <b>RESULTADOS</b>                               |  |      |
| SG.E.1  | <b>Grado de satisfacción con la organización de la enseñanza (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)</b>   |      |
| SG.E.1 - 1                                      | Grado de satisfacción con la organización del Plan de Estudios para la adquisición del perfil de egreso  | 2,50 |
| SG.E.1 - 2                                      | Grado de satisfacción con los conocimientos adquiridos y competencias desarrolladas  | 3,05 |
| SG.E.2  | <b>Grado de satisfacción con la formación (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)</b>  |      |
| SG.E.2 - 1                                      | Valoración global de la formación proporcionada por la URJC  | 2,95 |
| SG.E.3  | <b>Utilidad del título universitario</b>   |      |
| SG.E.3 - 1                                      | Utilidad del título universitario para acceder al mercado de trabajo   | 3,30 |
| SG.E.3 - 2                                      | Utilidad del título universitario para mejorar las condiciones laborales   | 2,85 |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| IL.G INSERCIÓN LABORAL GRADO. PRIMER AÑO POSTERIOR AL EGRESO                       |  |          |
|--|--|----------|
| <b>FICHA TÉCNICA</b>   |  |          |
| Población objetivo   | Alumnos de la URJC que en el curso académico 2015/16 han egresado del GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO)   |          |
| Tamaño Población objetivo  | 32 individuos  |          |
| Marco  | Base de datos Secretaría de la Universidad   |          |
| Método de selección  | Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento. Para determinar el tamaño muestral solo se consideran aquellos individuos con los que es posible comunicar, se descartan de la población individuos sin teléfono o con teléfono erróneo |          |
| Tamaño muestral  | 62,5% sobre 32 individuos con los que es posible comunicar   |          |
| Cuestionario   | Cuestionario de Inserción Laboral - Grados   |          |
| Recogida información   | Telefónica   |          |
| Periodo de aplicación  | Mayo -Junio 2017   |          |
| <b>RESULTADOS</b>  |  |          |
| <b>IL.G.1 Trayectoria laboral durante el PRIMER año posterior al egreso</b>        |  |          |
| IL.G.1 - 1   | Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación   | 75,0%    |
| 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 (Nº activos/población total) un año después del egreso   | 70,0%    |
| IL.G.1 - 4   | Tasa de empleo (Nº empleados/población total) un año después del egreso  | 70,0%    |
| IL.G.1 - 5   | Tasa de paro (Nº desempleados/Nº activos) un año después del egreso  | 0,0%     |
| IL.G.1 - 6   | Tasa de asalarización (Nº asalariados/Nº empleados) un año después del egreso  | 100,0%   |
| IL.G.1 - 7   | Tiempo medio en conseguir empleo tras la graduación (meses)  | 3,07     |
| IL.G.1 - 8   | Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el primer año tras la graduación (meses)  | 3,86     |
| IL.G.1 - 9   | Salario neto medio mensual del primer empleo   | 1.000,00 |
| <b>IL.G.2 Relación entre los estudios cursados y el primer empleo del titulado</b> |  |          |
| IL.G.2 - 1   | Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar   | 86,7%    |
| IL.G.2 - 2   | Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria  | 80,0%    |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| IL.G       |  | INSERCIÓN LABORAL GRADO. PRIMER AÑO POSTERIOR AL EGRESO |
|------------|--|---|
| IL.G.3     |  | Satisfacción con el primer empleo                       |
| IL.G.3 - 1 | Grado de satisfacción con la estabilidad del primer empleo   | 3,67  |
| IL.G.3 - 2 | Grado de satisfacción con las perspectivas de futuro del primer empleo                             | 3,73  |
| IL.G.3 - 3 | Grado de satisfacción con el salario del primer empleo   | 3,13  |
| IL.G.3 - 4 | Grado de satisfacción con las posibilidades de promoción del primer empleo (asalariados)           | 3,33  |
| IL.G.3 - 5 | Grado de satisfacción con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del primer empleo | 2,80  |
| IL.G.3 - 6 | Grado de satisfacción global con el primer empleo  | 3,73  |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| TP.G TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADO. SEGUNDO AÑO POSTERIOR AL EGRESO  |  |          |
|--|--|----------|
| <b>FICHA TÉCNICA</b>   |  |          |
| Población objetivo   | Alumnos de la URJC que en el curso académico 2014/15 egresaron del GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) y contestaron a la encuesta Inserción Laboral Grado 2016   |          |
| Tamaño Población objetivo  | 19 individuos  |          |
| Marco  | Base de datos Secretaría de la Universidad   |          |
| Método de selección  | Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento. Para determinar el tamaño muestral solo se consideran aquellos individuos con los que es posible comunicar, se descartan de la población individuos sin teléfono o con teléfono erróneo |          |
| Tamaño muestral  | 78,9% sobre 19 individuos con los que es posible comunicar   |          |
| Cuestionario   | Cuestionario de Trayectoria Profesional Grados   |          |
| Recogida información   | Telefónica   |          |
| Periodo de aplicación  | Abril-Mayo 2017  |          |
| <b>RESULTADOS</b>  |  |          |
| <b>TP.G.1.1 Trayectoria laboral durante el SEGUNDO año posterior al egreso</b>   |  |          |
| TP.G.1 - 1   | Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación, dos años después del egreso  | 93,3%    |
| TP.G.1 - 2   | Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación, dos años después del egreso  | 100,0%   |
| TP.G.1 - 3   | Tasa de actividad (Nº activos/población total) dos años después del egreso   | 93,3%    |
| TP.G.1 - 4   | Tasa de empleo (Nº empleados/población total) dos años después del egreso  | 86,7%    |
| TP.G.1 - 5   | Tasa de paro (Nº desempleados/Nº activos) dos años después del egreso  | 7,1%     |
| TP.G.1 - 6   | Tasa de asalarización (Nº asalariados/Nº empleados) dos años después del egreso  | 100,0%   |
| TP.G.1 - 7   | Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el segundo año tras la graduación (meses)   | 0,36     |
| TP.G.1 - 8   | Salario neto medio mensual del empleo, dos años después del egreso   | 1.345,00 |
| <b>TP.G.2.1 Relación entre los estudios cursados y el empleo del titulado durante el SEGUNDO año posterior al egreso</b> |  |          |
| TP.G.2 - 1   | Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar, dos años después del egreso  | 84,6%    |
| TP.G.2 - 2   | Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria, dos años después del egreso   | 100,0%   |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| TP.G       |  | TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADO. SEGUNDO AÑO POSTERIOR AL EGRESO |
|------------|--|--|
| TP.G.3.1   | Satisfacción con el empleo durante el SEGUNDO año posterior al egreso<br>(valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho) |  |
| TP.G.3 - 1 | Grado de satisfacción, dos años después del egreso, con la estabilidad del empleo actual   | 3,85   |
| TP.G.3 - 2 | Grado de satisfacción, dos años después del egreso, con las perspectivas de futuro del empleo actual   | 3,69   |
| TP.G.3 - 3 | Grado de satisfacción, dos años después del egreso, con el salario del empleo actual   | 3,38   |
| TP.G.3 - 4 | Grado de satisfacción, dos años después del egreso, con las posibilidades de promoción del empleo (asalariados) actual                             | 3,54   |
| TP.G.3 - 5 | Grado de satisfacción, dos años después del egreso, con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del empleo actual                   | 3,62   |
| TP.G.3 - 6 | Grado de satisfacción global con el empleo, dos años después del egreso  | 4,08   |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| TP.G.T TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADO. TERCER AÑO POSTERIOR AL EGRESO  |  |          |
|---|--|----------|
| <b>FICHA TÉCNICA</b>  |  |          |
| Población objetivo  | Alumnos de la URJC que en el curso académico 2013/14 egresaron del GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) y contestaron a la encuesta Trayectoria Profesional Grados. Segundo año posterior al egreso 2016                                 |          |
| Tamaño Población objetivo   | 2 individuos   |          |
| Marco   | Base de datos Secretaría de la Universidad   |          |
| Método de selección   | Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento. Para determinar el tamaño muestral solo se consideran aquellos individuos con los que es posible comunicar, se descartan de la población individuos sin teléfono o con teléfono erróneo |          |
| Tamaño muestral   | 100,0% sobre 2 individuos con los que es posible comunicar   |          |
| Cuestionario  | Cuestionario de Trayectoria Profesional Grados   |          |
| Recogida información  | Telefónica   |          |
| Periodo de aplicación   | Abril - Junio 2017   |          |
| <b>RESULTADOS</b>   |  |          |
| <b>TP.G.T.1.1 Trayectoria laboral durante el TERCER año posterior al egreso</b>   |  |          |
| TP.G.T.1 - 1  | Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación, tres años después del egreso   | 100,0%   |
| TP.G.T.1 - 2  | Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación, tres años después del egreso   | 100,0%   |
| TP.G.T.1 - 3  | Tasa de actividad (Nº activos/población total) tres años después del egreso  | 100,0%   |
| TP.G.T.1 - 4  | Tasa de empleo (Nº empleados/población total) tres años después del egreso   | 100,0%   |
| TP.G.T.1 - 5  | Tasa de paro (Nº desempleados/Nº activos) tres años después del egreso   | 0,0%     |
| TP.G.T.1 - 6  | Tasa de asalarización (Nº asalariados/Nº empleados) tres años después del egreso   | 50,0%    |
| TP.G.T.1 - 7  | Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el tercer año tras la graduación (meses)  | 0,00     |
| TP.G.T.1 - 8  | Salario neto medio mensual del empleo, tres años después del egreso  | 1.700,00 |
| <b>TP.G.T.2.1 Relación entre los estudios cursados y el empleo del titulado durante el TERCER año posterior al egreso</b> |  |          |
| TP.G.T.2 - 1  | Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar, tres años después del egreso   | 100,0%   |
| TP.G.T.2 - 2  | Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria, tres años después del egreso  | 100,0%   |



GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| TP.G.T       |   | TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADO. TERCER AÑO POSTERIOR AL EGRESO |
|--------------|---|---|
| TP.G.T.3.1   | Satisfacción con el empleo durante el TERCER año posterior al egreso<br>(valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho) |   |
| TP.G.T.3 - 1 | Grado de satisfacción, tres años después del egreso, con la estabilidad del empleo actual   | 4,00  |
| TP.G.T.3 - 2 | Grado de satisfacción, tres años después del egreso, con las perspectivas de futuro del empleo actual   | 5,00  |
| TP.G.T.3 - 3 | Grado de satisfacción, tres años después del egreso, con el salario del empleo actual   | 3,50  |
| TP.G.T.3 - 4 | Grado de satisfacción, tres años después del egreso, con las posibilidades de promoción del empleo (asalariados) actual                           | 5,00  |
| TP.G.T.3 - 5 | Grado de satisfacción, tres años después del egreso, con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del empleo actual                 | 3,00  |
| TP.G.T.3 - 6 | Grado de satisfacción global con el empleo, tres años después del egreso  | 5,00  |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| AB CAUSAS DE ABANDONO   |  |       |
|---|--|-------|
| <b>FICHA TÉCNICA</b>  |  |       |
| Población objetivo  | Alumnos de la URJC que en el curso académico 2015/16 han abandonado sus estudios de GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO)   |       |
| Tamaño Población objetivo   | 34 individuos  |       |
| Marco   | Base de datos Secretaría de la Universidad   |       |
| Método de selección   | Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento. Para determinar el tamaño muestral solo se consideran aquellos individuos con los que es posible comunicar, se descartan de la población individuos sin teléfono o con teléfono erróneo |       |
| Tamaño muestral   | 70,6% sobre 34 individuos con los que es posible comunicar   |       |
| Cuestionario  | Cuestionario de Abandono   |       |
| Recogida información  | Telefónica   |       |
| Periodo de aplicación   | Febrero 2017   |       |
| <b>RESULTADOS</b>   |  |       |
| <b>AB.5 Distribución del abandono</b>   |  |       |
| AB.5 - 1  | Porcentaje de alumnos que abandonan por cambio de campus, modalidad o ampliación al doble grado, que no se considera abandono de la titulación   | 16,7% |
| AB.5 - 5  | Porcentaje de alumnos que abandonan a falta solo de defender el Trabajo Fin de Grado, que no se considera abandono de la titulación  | 8,3%  |
| AB.5 - 2  | Porcentaje de alumnos que abandonan por cambio a otra titulación de la URJC  | 0,0%  |
| AB.5 - 3  | Porcentaje de alumnos que abandonan por cambio a otra Universidad  | 33,3% |
| AB.5 - 4  | Porcentaje de alumnos que abandonan los estudios universitarios  | 41,7% |
| <b>AB.1 Motivación</b>  |  |       |
| AB.1 - 1  | Porcentaje de alumnos que abandonan la titulación que la habrían escogido si no hubiesen existido restricciones  | 72,2% |
| <b>AB.2 Dificultades: importancia en la decisión de dejar los estudios universitarios</b> |  |       |
| AB.2 - 1  | Grado de importancia de la falta de tiempo para el estudio   | 3,20  |
| AB.2 - 2  | Grado de importancia de las dificultades con algunas asignaturas de la carrera   | 2,30  |
| AB.2 - 3  | Grado de importancia de las dificultades para asistir a clase u otros eventos programados  | 2,80  |
| AB.2 - 4  | Grado de importancia de las dificultades económicas  | 2,30  |
| AB.2 - 5  | Grado de importancia de la falta de motivación   | 3,70  |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| AB       |  | CAUSAS DE ABANDONO                                |       |
|----------|--|---|-------|
| AB.3     |  | Abandono estudios universitarios: razón principal |       |
| AB.3 - 1 | Porcentaje de alumnos que abandonan porque no les gustaba la titulación  |   | 30,0% |
| AB.3 - 2 | Porcentaje de alumnos que abandonan por incompatibilidad con el trabajo u otros estudios   |   | 40,0% |
| 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   |   | 10,0% |
| 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   |   | 20,0% |
| AB.4     |  | Valoración de la URJC                             |       |
| AB.4 - 1 | Opinión sobre la URJC de los alumnos que abandonan la Titulación<br>(valoración de 1=muy mala a 5=muy buena)   |   | 3,50  |
| AB.4 - 2 | Porcentaje de alumnos que hubieran abandonado igualmente la titulación aunque hubiese habido actuaciones por parte de la URJC como mayor apoyo académico, mayor flexibilidad de horarios, o más becas y ayudas |   | 61,1% |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| SG.PDI SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL GRADO (PRESENCIAL)                         |  |      |
|---|--|------|
| <b>FICHA TÉCNICA</b>  |  |      |
| Población objetivo  | Profesores de la URJC que en el curso académico 2016/17 imparten asignaturas en grupos de docencia propios del GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO), siempre que dicha titulación esté desplegada con al menos cinco asignaturas con grupos propios de docencia. |      |
| Tamaño Población objetivo   | 27 individuos  |      |
| Marco   | Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos.  |      |
| Método de selección   | Censal   |      |
| Tamaño muestral   | 59,3%  |      |
| Cuestionario  | Cuestionario de Satisfacción del Profesorado con el Grado (Presencial)   |      |
| Recogida información  | On-line  |      |
| Periodo de aplicación   | Marzo-Junio 2017   |      |
| <b>RESULTADOS</b>   | Grado de satisfacción<br>(valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)  |      |
| <b>SG.PDI.3 Satisfacción con la organización de la enseñanza</b>                      |  |      |
| SG.PDI.1 - 1  | Grado de satisfacción con la organización del Plan de Estudios   | 3,75 |
| SG.PDI.1 - 2  | Grado de satisfacción con el número de horas de clase de las asignaturas que se imparten en la titulación  | 4,19 |
| SG.PDI.1 - 3  | Grado de satisfacción con la carga de trabajo del estudiante   | 4,00 |
| SG.PDI.1 - 4  | Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas por los estudiantes  | 3,81 |
| SG.PDI.1 - 10   | Grado de satisfacción con el interés y participación de los estudiantes en las asignaturas de la titulación  | 3,69 |
| SG.PDI.1 - 5  | Grado de satisfacción con la coordinación docente  | 4,07 |
| SG.PDI.1 - 6  | Grado de satisfacción global con la organización de la enseñanza   | 4,06 |
| <b>SG.PDI.4 Satisfacción con otros aspectos relacionados con el proceso formativo</b> |  |      |
| SG.PDI.1 - 7  | Grado de satisfacción con la información publicada sobre el Grado en la web de la Universidad  | 4,38 |
| SG.PDI.1 - 8  | Grado de satisfacción con las acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad  | 3,81 |
| SG.PDI.1 - 9  | Grado de satisfacción con los recursos materiales  | 3,75 |
| <b>SG.PDI.2 Satisfacción global</b>   |  |      |
| SG.PDI.2 - 1  | Grado de satisfacción global con la Titulación   | 4,00 |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| SCU.PDI SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL CAMPUS Y UNIVERSIDAD (GRADO PRESENCIAL) |  |      |
|---|--|------|
| <b>FICHA TÉCNICA</b>  |  |      |
| Población objetivo  | Profesores de la URJC que durante el curso académico 2016/17 imparten docencia en un grado presencial del CAMPUS DE MADRID |      |
| Tamaño Población objetivo   | 610 individuos   |      |
| Marco   | Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos   |      |
| Método de selección   | Censal   |      |
| Tamaño muestral   | 35,9%  |      |
| Cuestionario  | Cuestionario de Satisfacción del Profesorado con el Campus y la Universidad - Grados Presenciales                          |      |
| Recogida información  | On-line  |      |
| Periodo de aplicación   | Marzo-Junio 2017   |      |
| <b>RESULTADOS</b>   | Grado de satisfacción<br>(valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)                        |      |
| <b>SCU.PDI.7</b>  | <b>Satisfacción con los servicios del Campus de Madrid (Vicálvaro - M. Becerra - Argüelles)</b>                            |      |
| SCU.PDI.7 - 1   | Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro (Madrid)   | 3,90 |
| SCU.PDI.7 - 2   | Grado de satisfacción con la gestión del Campus de Madrid (Gerencia)   | 3,88 |
| <b>SCU.PDI.8</b>  | <b>Satisfacción con las instalaciones e infraestructuras de Madrid (Vicálvaro - M. Becerra - Argüelles)</b>                |      |
| SCU.PDI.8 - 1   | Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas (Madrid)                          | 3,26 |
| SCU.PDI.8 - 2   | Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas (Madrid)  | 3,55 |
| SCU.PDI.8 - 3   | Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas de informática (Madrid)           | 3,36 |
| SCU.PDI.8 - 4   | Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas de informática (Madrid)   | 3,74 |
| SCU.PDI.8 - 5   | Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de los laboratorios (Madrid)                   | --   |
| SCU.PDI.8 - 6   | Grado de satisfacción con el equipamiento de los laboratorios (Madrid)   | --   |
| SCU.PDI.8 - 7   | Grado de satisfacción con las condiciones de la biblioteca (Madrid)  | 4,09 |
| SCU.PDI.8 - 8   | Grado de satisfacción con los recursos bibliográficos (Madrid)   | 3,58 |
| SCU.PDI.8 - 9   | Grado de satisfacción global con el Campus de Madrid   | 3,74 |
| <b>SCU.PDI.11</b>   | <b>Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos de la URJC</b>  |      |
| SCU.PDI.11 - 1  | Grado de satisfacción con Portal de Servicios  | 3,99 |
| SCU.PDI.11 - 2  | Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web   | 3,60 |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| SCU.PDI SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL CAMPUS Y UNIVERSIDAD (GRADO PRESENCIAL) |  |      |
|---|--|------|
| SCU.PDI.12 Satisfacción con Aula Virtual  |  |      |
| SCU.PDI.12 - 1  | Grado de satisfacción con el funcionamiento general de la plataforma   | 4,11 |
| SCU.PDI.12 - 2  | Grado de satisfacción con el aspecto, claridad y facilidad de uso de la plataforma                               | 3,98 |
| SCU.PDI.12 - 3  | Grado de satisfacción con los cursos y actividades formativas de Aula Virtual                                    | 4,09 |
| SCU.PDI.12 - 4  | Grado de satisfacción con el soporte y asistencia del equipo técnico (asesores técnico-docentes) de Aula Virtual | 4,10 |
| SCU.PDI.12 - 5  | Grado de satisfacción con la información y recursos disponibles en la web de Aula Virtual y URJC Online          | 4,06 |
| SCU.PDI.13 Satisfacción con los procedimientos administrativos de la URJC           |  |      |
| SCU.PDI.13 - 1  | Grado de satisfacción con los procedimientos de sugerencias y reclamaciones                                      | 3,53 |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| PM.IN  |  | SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ALUMNOS ENTRANTES |
|--|--|--|
| <b>FICHA TÉCNICA</b>   |  |  |
| Población objetivo   | Alumnos de otros países que a través de los programas ERASMUS o MUNDE han cursado estudios en la URJC del GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) en el curso académico 2016/17 |  |
| Tamaño Población objetivo  | 167 individuos   |  |
| Marco  | Base de datos Unidad de Relaciones Internacionales y Base de datos Secretaría de la Universidad  |  |
| Método de selección  | Censal   |  |
| Tamaño muestral  | 41,3%  |  |
| Cuestionario   | Cuestionario de Satisfacción con el Programa de Movilidad - Alumnos Entrantes  |  |
| Recogida información   | On-line  |  |
| Periodo de aplicación  | Noviembre 2016-Junio 2017  |  |
| <b>RESULTADOS</b>  | Grado de satisfacción<br>(valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)  |  |
| <b>PM.IN.1 Satisfacción con la información previa facilitada por la URJC</b> |  |  |
| PM.IN.1 - 1  | Grado de satisfacción con la información facilitada por la oficina de RRII de la URJC  | 3,73   |
| PM.IN.1 - 2  | Grado de satisfacción con la información facilitada sobre los trámites necesarios previos a la llegada del alumno a la URJC  | 3,79   |
| PM.IN.1 - 3  | Grado de satisfacción con la información necesaria para cumplimentar el learning, agreement  | 3,54   |
| PM.IN.1 - 4  | Grado de satisfacción con la información disponible en la página web de la URJC  | 3,75   |
| PM.IN.1 - 5  | Grado de satisfacción con la atención recibida por la Asociación de alumnos internacionales  | 3,17   |
| <b>PM.IN.2 Satisfacción con la calidad académica</b>                         |  |  |
| PM.IN.2 - 1  | Grado de satisfacción con el personal docente de la URJC   | 2,96   |
| PM.IN.2 - 2  | Grado de satisfacción con la oferta docente de la URJC   | 3,76   |
| PM.IN.2 - 3  | Grado de satisfacción con los cursos que siguió el estudiante en la URJC (metodología, nivel de enseñanza, contenidos, etc.)   | 2,88   |
| PM.IN.2 - 4  | Grado de satisfacción con el material de estudio proporcionado por la URJC   | 2,87   |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| PM.IN SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ALUMNOS ENTRANTES |   |      |
|--|---|------|
| PM.IN.3 Satisfacción con la información, acogida e integración     |   |      |
| PM.IN.3 - 1  | Grado de satisfacción con la información del programa de estudios de la URJC                    | 3,46 |
| PM.IN.3 - 2  | Grado de satisfacción con el apoyo académico recibido de la institución URJC                    | 3,13 |
| PM.IN.3 - 3  | Grado de satisfacción con la atención recibida por parte de la oficina de RRII de la URJC       | 3,40 |
| PM.IN.3 - 4  | Grado de satisfacción con la atención recibida por parte del coordinador académico de la URJC   | 3,10 |
| PM.IN.3 - 5  | Grado de satisfacción con el grado de integración con los estudiantes de la URJC                | 3,16 |
| PM.IN.3 - 6  | Grado de satisfacción con el acceso a bibliotecas y a material de estudio en la URJC            | 3,70 |
| PM.IN.3 - 7  | Grado de satisfacción con el acceso a recursos informáticos (ordenadores, red, etc.) en la URJC | 3,65 |
| PM.IN.4 Satisfacción global con la estancia en la URJC             |   |      |
| PM.IN.4 - 1  | Grado de satisfacción global con la estancia en la URJC   | 3,18 |



GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| PM.OUT SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ALUMNOS SALIENTES                  |   |      |
|--|---|------|
| <b>FICHA TÉCNICA</b>   |   |      |
| Población objetivo   | Alumnos de la URJC matriculados en el GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) que en el curso académico 2016/17 a través de los programas ERASMUS o MUNDE han cursado estudios en universidades extranjeras                    |      |
| Tamaño Población objetivo  | 37 individuos   |      |
| Marco  | Base de Datos Unidad de Relaciones Internacionales  |      |
| Método de selección  | Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento. Para el cálculo de %m solo se consideran aquellos individuos con los que es posible comunicar, se descartan de la población individuos sin teléfono o con teléfono erróneo |      |
| Tamaño muestral  | 86,5% sobre 37 individuos con los que es posible comunicar  |      |
| Cuestionario   | Cuestionario de Satisfacción con el Programa de Movilidad - Alumnos Salientes   |      |
| Recogida información   | Telefónica  |      |
| Periodo de aplicación  | Enero-Julio 2017  |      |
| <b>RESULTADOS</b>  | Grado de satisfacción<br>(valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)   |      |
| <b>PM.OUT.1 Satisfacción con el Coordinador académico de la URJC</b>                 |   |      |
| PM.OUT.1 - 1   | Grado de satisfacción con el asesoramiento en la elección de destino y universidad  | 2,52 |
| PM.OUT.1 - 2   | Grado de satisfacción con el asesoramiento en la elaboración del Learning Agreement y el Acuerdo de Equivalencias   | 3,78 |
| PM.OUT.1 - 3   | Grado de satisfacción con la facilidad para contactar con el coordinador  | 3,81 |
| PM.OUT.1 - 4   | Grado de satisfacción con la rapidez en la gestión de las consultas   | 3,66 |
| PM.OUT.1 - 5   | Grado de satisfacción general con la atención recibida por parte del Coordinador académico  | 3,91 |
| <b>PM.OUT.2 Satisfacción con la Oficina de Relaciones Internacionales de la URJC</b> |   |      |
| PM.OUT.2 - 1   | Grado de satisfacción con la facilidad para encontrar la información de la Oficina de RRII en la página web   | 3,47 |
| PM.OUT.2 - 2   | Grado de satisfacción con la utilidad de la información facilitada por la URJC  | 3,41 |
| PM.OUT.2 - 3   | Grado de satisfacción con la atención recibida en la Oficina de Relaciones Internacionales de la URJC   | 3,47 |
| <b>PM.OUT.3 Satisfacción con la calidad académica de la institución de destino</b>   |   |      |
| PM.OUT.3 - 1   | Grado de satisfacción con el personal docente de la institución de acogida  | 4,25 |
| PM.OUT.3 - 2   | Grado de satisfacción con los cursos que siguió el estudiante en la institución de destino (metodología, nivel de enseñanza, contenidos, etc.)  | 4,22 |
| PM.OUT.3 - 3   | Grado de satisfacción con el material de estudio proporcionado por la institución de acogida  | 3,72 |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| PM.OUT SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ALUMNOS SALIENTES                          |   |      |
|--|---|------|
| PM.OUT.4 Satisfacción con la información, acogida e integración en la institución de destino |   |      |
| PM.OUT.4 - 1   | Grado de satisfacción con la información del programa de estudios de la institución de acogida                    | 3,63 |
| PM.OUT.4 - 2   | Grado de satisfacción con el apoyo académico recibido de la institución de acogida                                | 4,09 |
| PM.OUT.4 - 3   | Grado de satisfacción con la atención recibida por parte de la oficina de Relaciones Internacionales de acogida   | 3,97 |
| PM.OUT.4 - 4   | Grado de satisfacción con el grado de integración con los estudiantes locales en la institución de acogida        | 3,69 |
| PM.OUT.4 - 5   | Grado de satisfacción con el acceso a bibliotecas y a material de estudio en la institución de acogida            | 4,41 |
| PM.OUT.4 - 6   | Grado de satisfacción con el acceso a recursos informáticos (ordenadores, red, etc.) en la institución de acogida | 3,84 |
| PM.OUT.5 Satisfacción con la experiencia personal  |   |      |
| PM.OUT.5 - 1   | Grado de satisfacción con los conocimientos académicos adquiridos   | 3,97 |
| PM.OUT.5 - 2   | Grado de satisfacción con la mejora en la capacidad de decisión   | 4,19 |
| PM.OUT.5 - 3   | Grado de satisfacción con la mejora de competencias interculturales   | 4,66 |
| PM.OUT.5 - 4   | Grado de satisfacción con la mejora del dominio lingüístico   | 4,31 |
| PM.OUT.5 - 5   | Grado de satisfacción con la mejora de la autoconfianza   | 4,44 |
| PM.OUT.5 - 6   | Grado de satisfacción con la mejora en el grado de independencia  | 4,75 |
| PM.OUT.5 - 7   | Grado de satisfacción con la madurez adquirida  | 4,45 |
| PM.OUT.6 Satisfacción global con la estancia en la institución de destino                    |   |      |
| PM.OUT.6 - 1   | Grado de satisfacción global con la estancia  | 4,44 |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| PE.AG PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS |   |       |
|---|---|-------|
| <b>FICHA TÉCNICA</b>  |   |       |
| Población objetivo  | Alumnos de la URJC que cursan estudios de GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) y durante el curso académico 2016/17 han solicitado la calificación de la asignatura de prácticas externas en empresas |       |
| Tamaño Población objetivo   | 81 individuos   |       |
| Marco   | Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado   |       |
| Método de selección   | Censal  |       |
| Tamaño muestral   | 79,0%   |       |
| Cuestionario  | Cuestionario de Prácticas Externas - Alumnos de Grado   |       |
| Recogida información  | On-line   |       |
| Periodo de aplicación   | Septiembre - Julio 2017   |       |
| <b>RESULTADOS</b>   |   |       |
| <b>PE.AG.1</b>  | <b>Características de las prácticas</b>   |       |
| PE.AG.1 - 1   | Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido demasiado corta   | 1,6%  |
| PE.AG.1 - 2   | Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido corta   | 14,1% |
| PE.AG.1 - 3   | Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido adecuada  | 75,0% |
| PE.AG.1 - 4   | Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido larga   | 9,4%  |
| PE.AG.1 - 5   | Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido demasiado larga   | 0,0%  |
| PE.AG.1 - 6   | Grado de afinidad de las prácticas con los estudios cursados<br>(valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)   | 3,42  |
| <b>PE.AG.2</b>  | <b>Inserción laboral</b>  |       |
| PE.AG.2 - 1   | Porcentaje de alumnos que han conseguido un contrato de trabajo mediante las prácticas  | 15,6% |
| PE.AG.2 - 2   | Porcentaje de alumnos para los que las prácticas han aumentado sus expectativas de obtener un trabajo   | 88,9% |
| <b>PE.AG.3</b>  | <b>Satisfacción con las competencias adquiridas<br/>(valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)</b>   |       |
| PE.AG.3 - 1   | Grado de satisfacción con las competencias profesionales adquiridas o desarrolladas   | 4,32  |
| PE.AG.3 - 2   | Grado de satisfacción con la preparación adquirida para la futura inserción del alumno en el mundo laboral  | 4,16  |
| PE.AG.3 - 3   | Grado de satisfacción global con las competencias adquiridas  | 4,24  |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| PE.AG PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS  |  |      |
|--|--|------|
| <b>PE.AG.4 Satisfacción con la gestión de las prácticas y responsables<br/>(valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)</b> |  |      |
| PE.AG.4 - 1  | Grado de satisfacción con la información recibida de la Unidad de Prácticas Externas                                 | 3,51 |
| PE.AG.4 - 2  | Grado de satisfacción con la gestión administrativa en la Unidad de Prácticas Externas (trámites, documentación,...) | 3,70 |
| PE.AG.4 - 3  | Grado de satisfacción con la atención prestada por el tutor académico en la Universidad                              | 3,31 |
| PE.AG.4 - 4  | Grado de satisfacción con los sistemas de evaluación aplicados   | 3,70 |
| PE.AG.4 - 5  | Grado de satisfacción global con la gestión de las prácticas y responsables  | 3,56 |
| <b>PE.AG.5 Satisfacción global<br/>(valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)</b>   |  |      |
| PE.AG.5 - 1  | Grado de satisfacción global con las prácticas externas  | 4,13 |

| PE.T PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL TUTOR EXTERNO  |  |       |
|---|--|-------|
| <b>FICHA TÉCNICA</b>  |  |       |
| Población objetivo  | Tutores externos de los alumnos del GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) de la URJC que han finalizado las prácticas en empresa curriculares coordinadas por la Unidad de Prácticas Externas entre el 01/09/2016 y el 31/01/2017 |       |
| Tamaño Población objetivo   | 23 individuos  |       |
| Marco   | Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado  |       |
| Método de selección   | Censal. Para determinar el tamaño muestral solo se consideran aquellos individuos con los que es posible comunicar, se descartan de la población individuos con correo electrónico erróneo.  |       |
| Tamaño muestral   | 27,3% sobre 22 individuos con los que es posible comunicar   |       |
| Cuestionario  | Cuestionario de Prácticas Externas de Grado - Tutor Externo y Empleadores  |       |
| Recogida información  | On-line  |       |
| Periodo de aplicación   | Febrero-Julio 2017   |       |
| <b>RESULTADOS</b>   |  |       |
| <b>PE.T.1 Características de las prácticas</b>  |  |       |
| PE.T.1 - 1  | Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido demasiado corta  | 0,0%  |
| PE.T.1 - 2  | Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido corta  | 16,7% |
| PE.T.1 - 3  | Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido adecuada   | 66,7% |
| PE.T.1 - 4  | Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido larga  | 0,0%  |
| PE.T.1 - 5  | Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido demasiado larga  | 16,7% |
| PE.T.1 - 6  | Grado de afinidad de las prácticas con la titulación del estudiante<br>(valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)   | 3,33  |
| <b>PE.T.2 Adaptación y competencias adquiridas<br/>(valoración de 1=completamente en desacuerdo a 5=completamente de acuerdo)</b> |  |       |
| PE.T.2 - 1  | Las prácticas han permitido al estudiante la adquisición y desarrollo de competencias profesionales  | 4,67  |
| PE.T.2 - 2  | Las prácticas han permitido al estudiante mejorar su preparación para su futura inserción en el mundo laboral  | 4,83  |
| PE.T.2 - 3  | Valoración global de la adaptación y competencias adquiridas por el estudiante con las prácticas   | 4,75  |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| PE.T PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL TUTOR EXTERNO |  |      |
|--|--|------|
| PE.T.3   | Satisfacción con la gestión de las prácticas y responsables<br>(valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho) |      |
| PE.T.3 - 1   | Grado de satisfacción del Tutor Externo con la información recibida de la Unidad de Prácticas Externas                                   | 4,17 |
| PE.T.3 - 2   | Grado de satisfacción del Tutor Externo con la gestión administrativa en la Unidad de Prácticas Externas (trámites, documentación,...)   | 4,33 |
| PE.T.3 - 3   | Grado de satisfacción del tutor externo con la atención prestada por el tutor académico de la Universidad                                | 3,33 |
| PE.T.3 - 4   | Grado de satisfacción del Tutor Externo con los sistemas de evaluación aplicados   | 3,67 |
| PE.T.3 - 5   | Grado de satisfacción global del Tutor Externo con la gestión de las prácticas y responsables  | 3,88 |
| PE.T.4   | Satisfacción global<br>(valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)   |      |
| PE.T.4 - 1   | Grado de satisfacción global con las prácticas externas  | 4,17 |

GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) ( Cód. 2110 )

| PE.E PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES |   |      |
|---|---|------|
| <b>FICHA TÉCNICA</b>  |   |      |
| Población objetivo  | Empleadores de los alumnos del GRADO EN MARKETING (INGLÉS) (MADRID-VICÁLVARO) de la URJC que han finalizado las prácticas en empresa curriculares coordinadas por la Unidad de Prácticas Externas entre el 01/09/2016 y el 31/01/2017 |      |
| Tamaño Población objetivo   | 23 individuos   |      |
| Marco   | Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado   |      |
| Método de selección   | Censal. Para determinar el tamaño muestral solo se consideran aquellos individuos con los que es posible comunicar, se descartan de la población individuos con correo electrónico erróneo.   |      |
| Tamaño muestral   | 27,3% sobre 22 individuos con los que es posible comunicar  |      |
| Cuestionario  | Cuestionario de Prácticas Externas - Tutor Externo y Empleadores  |      |
| Recogida información  | On-line   |      |
| Periodo de aplicación   | Febrero-Julio 2017  |      |
| <b>RESULTADOS</b>   |   |      |
| <b>PE.E.1</b>   | <b>Capacidad de los estudiantes en relación a los conocimientos adquiridos y competencias desarrolladas a lo largo de sus estudios universitarios</b>   |      |
| PE.E.1 - 1  | Valoración de la capacidad para adquirir nuevos conocimientos   | 4,17 |
| PE.E.1 - 2  | Valoración de la capacidad para usar el tiempo de forma adecuada  | 4,00 |
| PE.E.1 - 3  | Valoración de la capacidad para hacerse entender  | 4,67 |
| PE.E.1 - 4  | Valoración de la capacidad para trabajar en equipo  | 4,17 |
| PE.E.1 - 5  | Valoración de la capacidad para encontrar nuevas ideas y soluciones   | 3,67 |
| PE.E.1 - 6  | Valoración de la capacidad para utilizar herramientas informáticas  | 3,83 |
| PE.E.1 - 7  | Valoración de la capacidad para comunicarse en idiomas extranjeros  | 4,50 |
| <b>PE.E.2</b>   | <b>Preparación global de los estudiantes para desarrollar un trabajo</b>  |      |
| PE.E.2 - 1  | Valoración global de la preparación global de los estudiantes para desarrollar los trabajos asignados en la empresa del empleador   | 4,00 |
| PE.E.2 - 2  | Valoración de la preparación global de los estudiantes para desarrollar trabajos relacionados con la titulación (en cualquier empresa)  | 3,67 |
| <b>PE.E.3</b>   | <b>Satisfacción con los conocimientos adquiridos y las competencias desarrolladas por los estudiantes</b>   |      |
| PE.E.3 - 1  | Grado de satisfacción con los conocimientos adquiridos y las competencias desarrolladas por los estudiantes   | 4,80 |

| SU.PAS                    |   | SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON LA UNIVERSIDAD |      |
|---------------------------|---|--|------|
| <b>FICHA TÉCNICA</b>      |   |  |      |
| Población objetivo        | Personal de administración y servicios que durante el curso académico 2016/17 presta sus servicios en la URJC           |  |      |
| Tamaño Población objetivo | 632 individuos  |  |      |
| Marco                     | Base de datos Gerencia General  |  |      |
| Método de selección       | Censal  |  |      |
| Tamaño muestral           | 47,0%   |  |      |
| Cuestionario              | Cuestionario de Satisfacción de Personal de Administración y Servicios con la Universidad                               |  |      |
| Recogida información      | On-line   |  |      |
| Periodo de aplicación     | Marzo - Junio 2017  |  |      |
| <b>RESULTADOS</b>         | Grado de satisfacción<br>(valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)                     |  |      |
| <b>SU.PAS.1</b>           | <b>Satisfacción con las instalaciones e infraestructuras de la URJC</b>   |  |      |
| SU.PAS.1 - 1              | Grado de satisfacción con las condiciones de los espacios de trabajo  |  | 4,08 |
| SU.PAS.1 - 2              | Grado de satisfacción con los recursos materiales   |  | 4,17 |
| <b>SU.PAS.2</b>           | <b>Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos de la URJC</b>   |  |      |
| SU.PAS.2 - 1              | Grado de satisfacción con Portal de Servicios   |  | 4,26 |
| SU.PAS.2 - 2              | Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web  |  | 3,78 |
| <b>SU.PAS.3</b>           | <b>Satisfacción con los servicios y procedimientos de la URJC</b>   |  |      |
| SU.PAS.3 - 1              | Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro   |  | 4,17 |
| SU.PAS.3 - 2              | Grado de satisfacción con los procedimientos de sugerencias y reclamaciones   |  | 3,96 |
| SU.PAS.3 - 3              | Grado de satisfacción con los aspectos organizativos de la docencia que afectan a sus tareas                            |  | 3,80 |
| <b>SU.PAS.4</b>           | <b>Satisfacción con la relación con otros colectivos de la URJC</b>   |  |      |
| SU.PAS.4 - 1              | Grado de satisfacción con su relación con otras unidades administrativas o de servicios                                 |  | 4,22 |
| SU.PAS.4 - 2              | Grado de satisfacción con su relación con el profesorado  |  | 4,19 |
| SU.PAS.4 - 3              | Grado de satisfacción con su relación con el alumnado   |  | 4,08 |
| <b>SU.PAS.5</b>           | <b>Satisfacción con las funciones encomendadas</b>  |  |      |
| SU.PAS.5 - 1              | Grado de satisfacción con la adecuación de su puesto de trabajo y las tareas encomendadas a su capacitación profesional |  | 4,15 |
| <b>SU.PAS.6</b>           | <b>Satisfacción global</b>  |  |      |
| SU.PAS.6 - 1              | Grado de satisfacción global con los servicios de la Universidad  |  | 3,98 |