

**PLAN GENERAL DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN
INDICADORES DE ENCUESTAS
GRADOS PRESENCIALES
2015 / 2016**

GRADO EN MARKETING (MADRID) (Cód. 2024)

GRADO EN MARKETING (MADRID) (CÓD. 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 (MADRID) . 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
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
SU.PAS	SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON LA UNIVERSIDAD
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

GRADO EN MARKETING (MADRID) (CÓD. 2024)

Los datos se han obtenido a partir de las encuestas elaboradas por el Centro Universitario de Estudios Aplicados (CUESA) durante el curso académico 2015 / 2016 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 Personal de Administración y Servicios con la Universidad
- 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

NA NUEVOS ALUMNOS DE GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Nuevos alumnos de primero matriculados durante el curso académico 2015/16 en el GRADO EN MARKETING (MADRID) de la URJC	
Tamaño Población objetivo	86 individuos	
Marco	Listado de alumnos por titulación. Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Selección de una asignatura obligatoria de cada grupo de primer curso y censo de los alumnos que se encuentran en el aula al realizar la encuesta	
Tamaño muestral	83,7%	
Cuestionario	Cuestionario de Nuevos Alumnos - Grados Presenciales	
Recogida información	Presencial (aula)	
Periodo de aplicación	Octubre - Noviembre 2015	
RESULTADOS		
NA.1 Perfil socioeconómico		
NA.1 - 1	Edad media de acceso a la Universidad (años)	18,92
NA.1 - 2	Porcentaje de hombres	31,9%
NA.1 - 3	Porcentaje de mujeres	68,1%
NA.1 - 4	Porcentaje de alumnos españoles	94,4%
NA.1 - 5	Porcentaje de alumnos extranjeros	5,6%
NA.1 - 6	Porcentaje de alumnos que han solicitado becas	70,8%
NA.2 Satisfacción con el proceso de matriculación		
NA.2 - 1	Grado de satisfacción con la disponibilidad de la información	3,31
NA.2 - 2	Grado de satisfacción con la claridad de las instrucciones	3,32
NA.2 - 3	Grado de satisfacción con el sistema de ayuda y consulta	2,58
NA.2 - 4	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web	3,58
NA.2 - 5	Grado de satisfacción global con el proceso de matriculación	3,50
NA.3 Valoración de la URJC (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)		
NA.3 - 1	Opinión de los nuevos alumnos sobre la URJC (escala de 1=muy mala a 5=muy buena)	3,51
NA.3 - 2	Porcentaje de alumnos que han asistido a las Jornadas de acogida	66,7%
NA.3 - 3	Valoración de la utilidad de las Jornadas de acogida (valoración de 1=utilidad muy baja o nula a 5=utilidad muy alta)	3,52

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	81,9%

VD.G VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC matriculados durante el curso académico 2015/16 en el GRADO EN MARKETING (MADRID)	
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	93,7%	
Cuestionario	Cuestionario de Valoración Docente - Titulaciones Presenciales	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Diciembre 2015-Enero 2016 (primer semestre) / Mayo-Junio 2016 (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	3,86
VD.G.1 - 2	Se informa sobre los criterios de evaluación	3,90
VD.G.1 - 3	Se respetan los horarios	3,88
VD.G.1 - 4	Disponibilidad para atender al alumno	3,91
VD.G.1 - 5	Se aclaran las dudas	3,82
VD.G.1 - 6	Se explica con claridad	3,71
VD.G.1 - 7	Las actividades docentes se ajustan a lo establecido en la guía	3,79
VD.G.1 - 8	Se facilita el seguimiento y el aprendizaje	3,65
VD.G.1 - 9	La evaluación se ajusta a las especificaciones de la guía docente	3,86
VD.G.1 - 10	Se está satisfecho con la labor del profesor	3,70
VD.G.2 Resultados globales de la valoración docente		
VD.G.2 - 1	Resultados de la valoración docente de primer curso	3,82
VD.G.2 - 2	Resultados de la valoración docente de segundo curso	3,59
VD.G.2 - 3	Resultados de la valoración docente de tercer curso	3,92
VD.G.2 - 4	Resultados de la valoración docente de cuarto curso	3,88
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	3,79

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 $\geq 3,5$	77,8%
VD.G.4 - 2	Porcentaje de profesores de segundo curso con valoración $\geq 3,5$	63,6%
VD.G.4 - 3	Porcentaje de profesores de tercer curso con valoración $\geq 3,5$	83,3%
VD.G.4 - 4	Porcentaje de profesores de cuarto curso con valoración $\geq 3,5$	100,0%
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%

SG.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que durante el curso académico 2015/16 continúan los estudios de GRADO EN MARKETING (MADRID) que iniciaron en el curso 2013/14	
Tamaño Población objetivo	85 individuos	
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	43,5%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Grado Presencial - Alumnos	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Marzo-Junio 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SG.A.1 Satisfacción con la organización de la enseñanza		
SG.A.1 - 1	Grado de satisfacción con la estructura del Plan de Estudios	2,35
SG.A.1 - 2	Grado de satisfacción con el número de horas de clase de las asignaturas que se imparten en la titulación	3,51
SG.A.1 - 3	Grado de satisfacción con la carga de trabajo	3,38
SG.A.1 - 4	Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas	2,32
SG.A.1 - 5	Grado de satisfacción global con la organización de la enseñanza	1,81
SG.A.2 Satisfacción con los servicios disponibles		
SG.A.2 - 1	Grado de satisfacción con la Secretaría del Campus	2,39
SG.A.2 - 2	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro	2,58
SG.A.2 - 3	Grado de satisfacción global con los servicios disponibles	2,49

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	2,97
SG.A.3 - 2	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas	3,08
SG.A.3 - 3	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas de informática	2,87
SG.A.3 - 4	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas de informática	2,90
SG.A.3 - 5	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de los laboratorios	2,75
SG.A.3 - 6	Grado de satisfacción con el equipamiento de los laboratorios	2,67
SG.A.3 - 7	Grado de satisfacción con las condiciones de la biblioteca	4,03
SG.A.3 - 8	Grado de satisfacción con los recursos bibliográficos	3,91
SG.A.3 - 9	Grado de satisfacción global con los espacios de docencia y estudio	3,15
SG.A.4 Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos		
SG.A.4 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios	3,81
SG.A.5 Satisfacción con Aula Virtual		
SG.A.5 - 1	Grado de satisfacción con el funcionamiento general de la plataforma	3,78
SG.A.5 - 2	Grado de satisfacción con el aspecto, claridad y facilidad de uso de la plataforma	3,59
SG.A.5 - 3	Grado de satisfacción con el soporte y asistencia técnica	3,51
SG.A.5 - 4	Grado de satisfacción global con Aula Virtual	3,63
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	3,06
SG.A.6 - 2	Grado de satisfacción con la información disponible sobre el Grado	2,97
SG.A.6 - 3	Grado de satisfacción con la información disponible sobre becas y ayudas	2,24
SG.A.6 - 4	Grado de satisfacción global con la información disponible en la web de la Universidad	2,76
SG.A.7 Satisfacción con los procedimientos administrativos		
SG.A.7 - 1	Grado de satisfacción con el proceso de matriculación	3,42
SG.A.7 - 2	Grado de satisfacción con los procedimientos de sugerencias y reclamaciones	2,42
SG.A.7 - 3	Grado de satisfacción global con los procedimientos administrativos	2,92

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	3,23
SG.A.8 - 2	Grado de satisfacción con la labor de orientación y apoyo desarrollada por el Tutor Integral	2,91
SG.A.8 - 3	Grado de satisfacción global con las labores de orientación y apoyo	3,07
SG.A.9		Satisfacción con la vida universitaria
SG.A.9 - 1	Grado de satisfacción con las actividades deportivas	2,15
SG.A.9 - 2	Grado de satisfacción con las actividades culturales	2,62
SG.A.9 - 3	Grado de satisfacción con las actividades de cooperación y solidaridad	2,76
SG.A.9 - 4	Grado de satisfacción global con la vida universitaria	2,51
SG.A.10		Satisfacción global
SG.A.10 - 1	Grado de satisfacción global con la Titulación	2,43
SG.A.10 - 2	Grado de satisfacción global con el Centro	2,76
SG.A.10 - 3	Grado de satisfacción global con los servicios de la Universidad	2,57

SG.E SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL GRADO		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2014/15 han egresado del GRADO EN MARKETING (MADRID)	
Tamaño Población objetivo	67 individuos	
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento	
Tamaño muestral	74,1% sobre 54 individuos posibles	
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral - Grados	
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)	
Periodo de aplicación	Mayo -Junio 2016	
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	Grado de satisfacción con la organización del Plan de Estudios para la adquisición del perfil de egreso	2,93
SG.E.1 - 2	Grado de satisfacción con los conocimientos adquiridos y competencias desarrolladas	3,10
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	3,10
SG.E.3	Utilidad del título universitario	
SG.E.3 - 1	Utilidad del título universitario para acceder al mercado de trabajo	3,15
SG.E.3 - 2	Utilidad del título universitario para mejorar las condiciones laborales	3,05

IL.G INSERCIÓN LABORAL GRADO		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2014/15 han egresado del GRADO EN MARKETING (MADRID)	
Tamaño Población objetivo	67 individuos	
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento	
Tamaño muestral	74,1% sobre 54 individuos posibles	
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral - Grados	
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)	
Periodo de aplicación	Mayo -Junio 2016	
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	72,5%
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	72,5%
IL.G.1 - 4	Tasa de empleo (Nº empleados/población total) un año después del egreso	72,5%
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	96,6%
IL.G.1 - 7	Tiempo medio en conseguir empleo tras la graduación (meses)	2,72
IL.G.1 - 8	Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el primer año tras la graduación (meses)	2,72
IL.G.1 - 9	Salario neto medio mensual del primer empleo	940,00
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	62,1%
IL.G.2 - 2	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria	72,4%

IL.G		INSERCIÓN LABORAL GRADO
IL.G.3		Satisfacción con el primer empleo
IL.G.3 - 1	Grado de satisfacción con la estabilidad del primer empleo	3,90
IL.G.3 - 2	Grado de satisfacción con las perspectivas de futuro del primer empleo	3,52
IL.G.3 - 3	Grado de satisfacción con el salario del primer empleo	3,31
IL.G.3 - 4	Grado de satisfacción con las posibilidades de promoción del primer empleo (asalariados)	3,36
IL.G.3 - 5	Grado de satisfacción con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del primer empleo	3,83
IL.G.3 - 6	Grado de satisfacción global con el primer empleo	3,66

TP.G TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADO. SEGUNDO AÑO POSTERIOR AL EGRESO		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2013/14 egresaron del GRADO EN MARKETING (MADRID) y contestaron a la encuesta Inserción Laboral Grado 2015	
Tamaño Población objetivo	23 individuos	
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento	
Tamaño muestral	78,3% sobre 23 individuos posibles	
Cuestionario	Cuestionario de Trayectoria Profesional Grados	
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)	
Periodo de aplicación	Mayo-Junio 2016	
RESULTADOS		
TP.G.1.1 Trayectoria laboral durante el SEGUNDO año posterior al egreso		
TP.G.1 - 1	Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación, dos años después del egreso	77,8%
TP.G.1 - 2	Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación, dos años después del egreso	87,5%
TP.G.1 - 3	Tasa de actividad (Nº activos/población total) dos años después del egreso	88,9%
TP.G.1 - 4	Tasa de empleo (Nº empleados/población total) dos años después del egreso	77,8%
TP.G.1 - 5	Tasa de paro (Nº desempleados/Nº activos) dos años después del egreso	12,5%
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)	1,63
TP.G.1 - 8	Salario neto medio mensual del empleo, dos años después del egreso	1.209,09
TP.G.2.1 Relación entre los estudios cursados y el empleo del titulado durante el SEGUNDO año posterior al egreso		
TP.G.2 - 1	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar, dos años después del egreso	64,3%
TP.G.2 - 2	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria, dos años después del egreso	64,3%

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 (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 3,50
TP.G.3 - 2	Grado de satisfacción, dos años después del egreso, con las perspectivas de futuro del empleo actual 3,00
TP.G.3 - 3	Grado de satisfacción, dos años después del egreso, con el salario del empleo actual 3,21
TP.G.3 - 4	Grado de satisfacción, dos años después del egreso, con las posibilidades de promoción del empleo (asalariados) actual 3,29
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 2,93
TP.G.3 - 6	Grado de satisfacción global con el empleo, dos años después del egreso 3,57

TP.G.T TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADO. TERCER AÑO POSTERIOR AL EGRESO		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2012/13 egresaron del GRADO EN MARKETING (MADRID) y contestaron a la encuesta Trayectoria Profesional Grados. Segundo año posterior al egreso 2015	
Tamaño Población objetivo	3 individuos	
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento	
Tamaño muestral	66,7% sobre 3 individuos posibles	
Cuestionario	Cuestionario de Trayectoria Profesional Grados	
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)	
Periodo de aplicación	Mayo-Junio 2016	
RESULTADOS		
TP.G.T.1.1 Trayectoria laboral durante el TERCER año posterior al egreso		
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	50,0%
TP.G.T.1 - 4	Tasa de empleo (Nº empleados/población total) tres años después del egreso	50,0%
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	100,0%
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	2.000,00
TP.G.T.2.1 Relación entre los estudios cursados y el empleo del titulado durante el TERCER año posterior al egreso		
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%

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 (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	4,00
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	5,00
TP.G.T.3 - 6	Grado de satisfacción global con el empleo, tres años después del egreso	5,00

AB CAUSAS DE ABANDONO		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2014/15 han abandonado sus estudios de GRADO EN MARKETING (MADRID)	
Tamaño Población objetivo	15 individuos	
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento	
Tamaño muestral	66,7% sobre 15 individuos posibles	
Cuestionario	Cuestionario de Abandono	
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)	
Periodo de aplicación	Abril 2016	
RESULTADOS		
AB.5 Distribución del abandono		
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	30,0%
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	20,0%
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	20,0%
AB.5 - 4	Porcentaje de alumnos que abandonan los estudios universitarios	30,0%
AB.1 Motivación		
AB.1 - 1	Porcentaje de alumnos que abandonan la titulación que la habrían escogido si no hubiesen existido restricciones	80,0%
AB.2 Dificultades: importancia en la decisión de dejar los estudios universitarios		
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	2,33
AB.2 - 4	Grado de importancia de las dificultades económicas	3,00
AB.2 - 5	Grado de importancia de la falta de motivación	3,00

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	33,3%
AB.3 - 2	Porcentaje de alumnos que abandonan por incompatibilidad con el trabajo u otros estudios	33,3%
AB.3 - 3	Porcentaje de alumnos que abandonan porque no les compensaba el tiempo o esfuerzo necesarios	33,3%
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.4		Valoración de la URJC
AB.4 - 1	Opinión sobre la URJC de los alumnos que abandonan la titulación (valoración de 1=muy mala a 5=muy buena)	3,00
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	60,0%

SG.PDI SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Profesores de la URJC que en el curso académico 2015/16 imparten clase en los grupos de docencia propios del GRADO EN MARKETING (MADRID), siendo estos mayoritarios	
Tamaño Población objetivo	36 individuos	
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	30,6%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción del Profesorado con el Grado (Presencial)	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Marzo-Mayo 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SG.PDI.3 Satisfacción con la organización de la enseñanza		
SG.PDI.1 - 1	Grado de satisfacción con la organización del Plan de Estudios	4,09
SG.PDI.1 - 2	Grado de satisfacción con el número de horas de clase de las asignaturas que se imparten en la titulación	4,18
SG.PDI.1 - 3	Grado de satisfacción con la carga de trabajo del estudiante	4,36
SG.PDI.1 - 4	Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas por los estudiantes	4,27
SG.PDI.1 - 5	Grado de satisfacción con la coordinación docente	4,91
SG.PDI.1 - 6	Grado de satisfacción global con la organización de la enseñanza	4,36
SG.PDI.4 Satisfacción con otros aspectos relacionados con el proceso formativo		
SG.PDI.1 - 7	Grado de satisfacción con la información publicada sobre el Grado en la web de la Universidad	4,55
SG.PDI.1 - 8	Grado de satisfacción con las acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad	4,27
SG.PDI.1 - 9	Grado de satisfacción con los recursos materiales	3,73
SG.PDI.2 Satisfacción global		
SG.PDI.2 - 1	Grado de satisfacción global con la Titulación	4,45

SCU.PDI SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL CAMPUS Y UNIVERSIDAD (GRADO PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Profesores de la URJC que durante el curso académico 2015/16 imparten docencia en un grado presencial del CAMPUS DE MADRID	
Tamaño Población objetivo	546 individuos	
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	36,6%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción del Profesorado con el Campus y la Universidad - Grados Presenciales	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Marzo-Junio 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SCU.PDI.7 Satisfacción con los servicios del Campus de Vicálvaro		
SCU.PDI.7 - 1	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro (Madrid)	3,88
SCU.PDI.7 - 2	Grado de satisfacción con la gestión del Campus de Madrid (Gerencia)	3,89
SCU.PDI.8 Satisfacción con las instalaciones e infraestructuras de Vicálvaro		
SCU.PDI.8 - 1	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas (Madrid)	3,15
SCU.PDI.8 - 2	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas (Madrid)	3,40
SCU.PDI.8 - 3	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas de informática (Madrid)	3,27
SCU.PDI.8 - 4	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas de informática (Madrid)	3,21
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)	4,28
SCU.PDI.8 - 8	Grado de satisfacción con los recursos bibliográficos (Madrid)	3,65
SCU.PDI.8 - 9	Grado de satisfacción global con el Campus de Madrid	3,68
SCU.PDI.11 Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos de la URJC		
SCU.PDI.11 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios	3,82
SCU.PDI.11 - 2	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web	3,26

GRADO EN MARKETING (MADRID) (Cód. 2024)

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	3,95
SCU.PDI.12 - 2	Grado de satisfacción con el aspecto, claridad y facilidad de uso de la plataforma	3,68
SCU.PDI.12 - 3	Grado de satisfacción con los cursos y actividades formativas de Aula Virtual	3,99
SCU.PDI.12 - 4	Grado de satisfacción con el soporte y asistencia del equipo técnico (asesores técnico-docentes) de Aula Virtual	4,03
SCU.PDI.12 - 5	Grado de satisfacción con la información y recursos disponibles en la web de Aula Virtual y URJC Online	3,86
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	3,32

PM.IN SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ALUMNOS ENTRANTES		
FICHA TÉCNICA		
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 (MADRID) en el curso académico 2015/16	
Tamaño Población objetivo	55 individuos	
Marco	Base de datos Unidad de Relaciones Internacionales y Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	56,4%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Programa de Movilidad - Alumnos Entrantes	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Noviembre 2015-Julio 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
PM.IN.1 Satisfacción con la información previa facilitada por la URJC		
PM.IN.1 - 1	Grado de satisfacción con la información facilitada por la oficina de RRII de la URJC	3,48
PM.IN.1 - 2	Grado de satisfacción con la información facilitada sobre los trámites necesarios previos a la llegada del alumno a la URJC	3,06
PM.IN.1 - 3	Grado de satisfacción con la información necesaria para cumplimentar el learning, agreement	3,50
PM.IN.1 - 4	Grado de satisfacción con la información disponible en la página web de la URJC	3,94
PM.IN.1 - 5	Grado de satisfacción con la atención recibida por la Asociación de alumnos internacionales	3,50
PM.IN.2 Satisfacción con la calidad académica		
PM.IN.2 - 1	Grado de satisfacción con el personal docente de la URJC	3,45
PM.IN.2 - 2	Grado de satisfacción con la oferta docente de la URJC	3,87
PM.IN.2 - 3	Grado de satisfacción con los cursos que siguió el estudiante en la URJC (metodología, nivel de enseñanza, contenidos, etc.)	3,20
PM.IN.2 - 4	Grado de satisfacción con el material de estudio proporcionado por la URJC	3,48

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	3,50
PM.IN.3 - 2	Grado de satisfacción con el apoyo académico recibido de la institución URJC	3,10
PM.IN.3 - 3	Grado de satisfacción con la atención recibida por parte de la oficina de RRII de la URJC	3,52
PM.IN.3 - 4	Grado de satisfacción con la atención recibida por parte del coordinador académico de la URJC	3,53
PM.IN.3 - 5	Grado de satisfacción con el grado de integración con los estudiantes de la URJC	2,89
PM.IN.3 - 6	Grado de satisfacción con el acceso a bibliotecas y a material de estudio en la URJC	4,00
PM.IN.3 - 7	Grado de satisfacción con el acceso a recursos informáticos (ordenadores, red, etc.) en la URJC	3,90
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	3,58

PM.OUT SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ALUMNOS SALIENTES		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC matriculados en el GRADO EN MARKETING (MADRID) que en el curso académico 2015/16 a través de los programas ERASMUS o MUNDE han cursado estudios en universidades extranjeras	
Tamaño Población objetivo	8 individuos	
Marco	Base de Datos Unidad de Relaciones Internacionales	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	100,0% sobre 7 individuos posibles	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Programa de Movilidad - Alumnos Salientes	
Recogida información	Telefónica	
Periodo de aplicación	Noviembre 2015-Julio 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
PM.OUT.1 Satisfacción con el Coordinador académico de la URJC		
PM.OUT.1 - 1	Grado de satisfacción con el asesoramiento en la elección de destino y universidad	2,43
PM.OUT.1 - 2	Grado de satisfacción con el asesoramiento en la elaboración del Learning Agreement y el Acuerdo de Equivalencias	3,00
PM.OUT.1 - 3	Grado de satisfacción con la facilidad para contactar con el coordinador	2,86
PM.OUT.1 - 4	Grado de satisfacción con la rapidez en la gestión de las consultas	3,14
PM.OUT.1 - 5	Grado de satisfacción general con la atención recibida por parte del Coordinador académico	3,14
PM.OUT.2 Satisfacción con la Oficina de Relaciones Internacionales de la URJC		
PM.OUT.2 - 1	Grado de satisfacción con la facilidad para encontrar la información de la Oficina de RRII en la página web	3,29
PM.OUT.2 - 2	Grado de satisfacción con la utilidad de la información facilitada por la URJC	3,83
PM.OUT.2 - 3	Grado de satisfacción con la atención recibida en la Oficina de Relaciones Internacionales de la URJC	4,14
PM.OUT.3 Satisfacción con la calidad académica de la institución de destino		
PM.OUT.3 - 1	Grado de satisfacción con el personal docente de la institución de acogida	3,71
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.)	3,57
PM.OUT.3 - 3	Grado de satisfacción con el material de estudio proporcionado por la institución de acogida	3,71

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	3,43
PM.OUT.4 - 2	Grado de satisfacción con el apoyo académico recibido de la institución de acogida	3,71
PM.OUT.4 - 3	Grado de satisfacción con la atención recibida por parte de la oficina de Relaciones Internacionales de acogida	4,57
PM.OUT.4 - 4	Grado de satisfacción con el grado de integración con los estudiantes locales en la institución de acogida	2,86
PM.OUT.4 - 5	Grado de satisfacción con el acceso a bibliotecas y a material de estudio en la institución de acogida	4,86
PM.OUT.4 - 6	Grado de satisfacción con el acceso a recursos informáticos (ordenadores, red, etc.) en la institución de acogida	4,14
PM.OUT.5 Satisfacción con la experiencia personal		
PM.OUT.5 - 1	Grado de satisfacción con los conocimientos académicos adquiridos	3,43
PM.OUT.5 - 2	Grado de satisfacción con la mejora en la capacidad de decisión	4,43
PM.OUT.5 - 3	Grado de satisfacción con la mejora de competencias interculturales	4,71
PM.OUT.5 - 4	Grado de satisfacción con la mejora del dominio lingüístico	3,71
PM.OUT.5 - 5	Grado de satisfacción con la mejora de la autoconfianza	4,57
PM.OUT.5 - 6	Grado de satisfacción con la mejora en el grado de independencia	4,71
PM.OUT.5 - 7	Grado de satisfacción con la madurez adquirida	4,57
PM.OUT.6 Satisfacción global con la estancia en la institución de destino		
PM.OUT.6 - 1	Grado de satisfacción global con la estancia	4,71

SU.PAS SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON LA UNIVERSIDAD		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Personal de administración y servicios que durante el curso académico 2015/16 prestan sus servicios en la URJC	
Tamaño Población objetivo	603 individuos	
Marco	Base de datos Gerencia General	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	51,9%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción de Personal de Administración y Servicios con la Universidad	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Marzo - Mayo 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SU.PAS.1	Satisfacción con las instalaciones e infraestructuras de la URJC	
SU.PAS.1 - 1	Grado de satisfacción con las condiciones de los espacios de trabajo	3,92
SU.PAS.1 - 2	Grado de satisfacción con los recursos materiales	3,97
SU.PAS.2	Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos de la URJC	
SU.PAS.2 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios	3,96
SU.PAS.2 - 2	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web	3,35
SU.PAS.3	Satisfacción con los servicios y procedimientos de la URJC	
SU.PAS.3 - 1	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro	3,96
SU.PAS.3 - 2	Grado de satisfacción con los procedimientos de sugerencias y reclamaciones	3,63
SU.PAS.3 - 3	Grado de satisfacción con los aspectos organizativos de la docencia que afectan a sus tareas	3,51
SU.PAS.4	Satisfacción con la relación con otros colectivos de la URJC	
SU.PAS.4 - 1	Grado de satisfacción con su relación con otras unidades administrativas o de servicios	4,07
SU.PAS.4 - 2	Grado de satisfacción con su relación con el profesorado	3,99
SU.PAS.4 - 3	Grado de satisfacción con su relación con el alumnado	4,02
SU.PAS.5	Satisfacción con las funciones encomendadas	
SU.PAS.5 - 1	Grado de satisfacción con la adecuación de su puesto de trabajo y las tareas encomendadas a su capacitación profesional	3,87
SU.PAS.6	Satisfacción global	
SU.PAS.6 - 1	Grado de satisfacción global con los servicios de la Universidad	3,85

PE.AG PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que cursan estudios de GRADO EN MARKETING (MADRID) y durante el curso académico 2015/16 han realizado prácticas externas en empresas	
Tamaño Población objetivo	44 individuos	
Marco	Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	25,0%	
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas Externas - Alumnos de Grado	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2016	
RESULTADOS		
PE.AG.1	Características de las prácticas	
PE.AG.1 - 1	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido demasiado corta	0,0%
PE.AG.1 - 2	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido corta	27,3%
PE.AG.1 - 3	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido adecuada	54,5%
PE.AG.1 - 4	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido larga	9,1%
PE.AG.1 - 5	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido demasiado larga	9,1%
PE.AG.1 - 6	Grado de afinidad de las prácticas con los estudios cursados (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)	3,36
PE.AG.2	Inserción laboral	
PE.AG.2 - 1	Porcentaje de alumnos que han conseguido un contrato de trabajo mediante las prácticas	20,0%
PE.AG.2 - 2	Porcentaje de alumnos para los que las prácticas han aumentado sus expectativas de obtener un trabajo	63,6%
PE.AG.3	Satisfacción con las competencias adquiridas (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	
PE.AG.3 - 1	Grado de satisfacción con las competencias profesionales adquiridas o desarrolladas	3,60
PE.AG.3 - 2	Grado de satisfacción con la preparación adquirida para la futura inserción del alumno en el mundo laboral	3,64
PE.AG.3 - 3	Grado de satisfacción global con las competencias adquiridas	3,62

PE.AG	PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS	
PE.AG.4	Satisfacción con la gestión de las prácticas y responsables (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	
PE.AG.4 - 1	Grado de satisfacción con la información recibida de la Unidad de Prácticas Externas	2,88
PE.AG.4 - 2	Grado de satisfacción con la gestión administrativa en la Unidad de Prácticas Externas (trámites, documentación,...)	3,64
PE.AG.4 - 3	Grado de satisfacción con la atención prestada por el tutor académico en la Universidad	3,36
PE.AG.4 - 4	Grado de satisfacción con los sistemas de evaluación aplicados	4,00
PE.AG.4 - 5	Grado de satisfacción global con la gestión de las prácticas y responsables	3,47
PE.AG.5	Satisfacción global (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	
PE.AG.5 - 1	Grado de satisfacción global con las prácticas externas	3,91

PE.T PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL TUTOR EXTERNO		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Tutores externos de los alumnos del GRADO EN MARKETING (MADRID) de la URJC que durante el curso académico 2015/16 han realizado prácticas en empresas	
Tamaño Población objetivo	41 individuos	
Marco	Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	25,6% sobre 39 individuos posibles	
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas Externas de Grado - Tutor Externo y Empleadores	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2016	
RESULTADOS		
PE.T.1 Características de las prácticas		
PE.T.1 - 1	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido demasiado corta	10,0%
PE.T.1 - 2	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido corta	50,0%
PE.T.1 - 3	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido adecuada	40,0%
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	0,0%
PE.T.1 - 6	Grado de afinidad de las prácticas con la titulación del estudiante (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)	4,10
PE.T.2 Adaptación y competencias adquiridas (valoración de 1=completamente en desacuerdo a 5=completamente de acuerdo)		
PE.T.2 - 1	Las prácticas han permitido al estudiante la adquisición y desarrollo de competencias profesionales	4,80
PE.T.2 - 2	Las prácticas han permitido al estudiante mejorar su preparación para su futura inserción en el mundo laboral	4,90
PE.T.2 - 3	Valoración global de la adaptación y competencias adquiridas por el estudiante con las prácticas	4,85

PE.T PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL TUTOR EXTERNO		
PE.T.3	Satisfacción con la gestión de las prácticas y responsables (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	3,63
PE.T.3 - 2	Grado de satisfacción del Tutor Externo con la gestión administrativa en la Unidad de Prácticas Externas (trámites, documentación,...)	3,88
PE.T.3 - 3	Grado de satisfacción del tutor externo con la atención prestada por el tutor académico de la Universidad	3,17
PE.T.3 - 4	Grado de satisfacción del Tutor Externo con los sistemas de evaluación aplicados	3,57
PE.T.3 - 5	Grado de satisfacción global del Tutor Externo con la gestión de las prácticas y responsables	3,56
PE.T.4	Satisfacción global (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	
PE.T.4 - 1	Grado de satisfacción global con las prácticas externas	4,70

PE.E PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Empleadores de los alumnos del GRADO EN MARKETING (MADRID) de la URJC que durante el curso académico 2015/16 han realizado prácticas externas en empresas	
Tamaño Población objetivo	41 individuos	
Marco	Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	25,6% sobre 39 individuos posibles	
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas Externas - Tutor Externo y Empleadores	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2016	
RESULTADOS		
PE.E.1	Capacidad de los estudiantes en relación a los conocimientos adquiridos y competencias desarrolladas a lo largo de sus estudios universitarios	
PE.E.1 - 1	Valoración de la capacidad para adquirir nuevos conocimientos	4,40
PE.E.1 - 2	Valoración de la capacidad para usar el tiempo de forma adecuada	4,20
PE.E.1 - 3	Valoración de la capacidad para hacerse entender	4,20
PE.E.1 - 4	Valoración de la capacidad para trabajar en equipo	4,50
PE.E.1 - 5	Valoración de la capacidad para encontrar nuevas ideas y soluciones	4,20
PE.E.1 - 6	Valoración de la capacidad para utilizar herramientas informáticas	4,40
PE.E.1 - 7	Valoración de la capacidad para comunicarse en idiomas extranjeros	4,14
PE.E.2	Preparación global de los estudiantes para desarrollar un trabajo	
PE.E.2 - 1	Valoración global de la preparación global de los estudiantes para desarrollar los trabajos asignados en la empresa del empleador	4,40
PE.E.2 - 2	Valoración de la preparación global de los estudiantes para desarrollar trabajos relacionados con la titulación (en cualquier empresa)	4,30
PE.E.3	Satisfacción con los conocimientos adquiridos y las competencias desarrolladas por los estudiantes	
PE.E.3 - 1	Grado de satisfacción con los conocimientos adquiridos y las competencias desarrolladas por los estudiantes	4,44

**PLAN GENERAL DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN
INDICADORES DE ENCUESTAS
GRADOS PRESENCIALES
2015 / 2016**

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (CÓD. 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:

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
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
SU.PAS	SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON LA UNIVERSIDAD
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

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (CÓD. 2100)

Los datos se han obtenido a partir de las encuestas elaboradas por el Centro Universitario de Estudios Aplicados (CUESA) durante el curso académico 2015 / 2016 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 Personal de Administración y Servicios con la Universidad
- 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

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

NA NUEVOS ALUMNOS DE GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Nuevos alumnos de primero matriculados durante el curso académico 2015/16 en el GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) de la URJC	
Tamaño Población objetivo	87 individuos	
Marco	Listado de alumnos por titulación. Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Selección de una asignatura obligatoria de cada grupo de primer curso y censo de los alumnos que se encuentran en el aula al realizar la encuesta	
Tamaño muestral	85,1%	
Cuestionario	Cuestionario de Nuevos Alumnos - Grados Presenciales	
Recogida información	Presencial (aula)	
Periodo de aplicación	Octubre - Noviembre 2015	
RESULTADOS		
NA.1 Perfil socioeconómico		
NA.1 - 1	Edad media de acceso a la Universidad (años)	19,28
NA.1 - 2	Porcentaje de hombres	31,1%
NA.1 - 3	Porcentaje de mujeres	68,9%
NA.1 - 4	Porcentaje de alumnos españoles	91,8%
NA.1 - 5	Porcentaje de alumnos extranjeros	8,2%
NA.1 - 6	Porcentaje de alumnos que han solicitado becas	71,6%
NA.2 Satisfacción con el proceso de matriculación		
NA.2 - 1	Grado de satisfacción con la disponibilidad de la información	3,54
NA.2 - 2	Grado de satisfacción con la claridad de las instrucciones	3,23
NA.2 - 3	Grado de satisfacción con el sistema de ayuda y consulta	3,24
NA.2 - 4	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web	3,57
NA.2 - 5	Grado de satisfacción global con el proceso de matriculación	3,57
NA.3 Valoración de la URJC (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)		
NA.3 - 1	Opinión de los nuevos alumnos sobre la URJC (escala de 1=muy mala a 5=muy buena)	3,70
NA.3 - 2	Porcentaje de alumnos que han asistido a las Jornadas de acogida	68,9%
NA.3 - 3	Valoración de la utilidad de las Jornadas de acogida (valoración de 1=utilidad muy baja o nula a 5=utilidad muy alta)	3,53

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

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	64,9%

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

VD.G VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC matriculados durante el curso académico 2015/16 en el GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA)	
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	93,4%	
Cuestionario	Cuestionario de Valoración Docente - Titulaciones Presenciales	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Diciembre 2015-Enero 2016 (primer semestre) / Mayo-Junio 2016 (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	3,96
VD.G.1 - 2	Se informa sobre los criterios de evaluación	4,00
VD.G.1 - 3	Se respetan los horarios	3,95
VD.G.1 - 4	Disponibilidad para atender al alumno	3,91
VD.G.1 - 5	Se aclaran las dudas	3,81
VD.G.1 - 6	Se explica con claridad	3,71
VD.G.1 - 7	Las actividades docentes se ajustan a lo establecido en la guía	3,91
VD.G.1 - 8	Se facilita el seguimiento y el aprendizaje	3,75
VD.G.1 - 9	La evaluación se ajusta a las especificaciones de la guía docente	3,95
VD.G.1 - 10	Se está satisfecho con la labor del profesor	3,77
VD.G.2 Resultados globales de la valoración docente		
VD.G.2 - 1	Resultados de la valoración docente de primer curso	3,86
VD.G.2 - 2	Resultados de la valoración docente de segundo curso	3,85
VD.G.2 - 3	Resultados de la valoración docente de tercer curso	3,76
VD.G.2 - 4	Resultados de la valoración docente de cuarto curso	4,11
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	3,86

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

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 $\geq 3,5$	88,9%
VD.G.4 - 2	Porcentaje de profesores de segundo curso con valoración $\geq 3,5$	90,9%
VD.G.4 - 3	Porcentaje de profesores de tercer curso con valoración $\geq 3,5$	75,0%
VD.G.4 - 4	Porcentaje de profesores de cuarto curso con valoración $\geq 3,5$	100,0%
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 $\geq 3,5$	86,5%

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

SG.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que durante el curso académico 2015/16 continúan los estudios de GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) que iniciaron en el curso 2013/14	
Tamaño Población objetivo	74 individuos	
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	40,5%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Grado Presencial - Alumnos	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Marzo-Junio 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SG.A.1 Satisfacción con la organización de la enseñanza		
SG.A.1 - 1	Grado de satisfacción con la estructura del Plan de Estudios	2,40
SG.A.1 - 2	Grado de satisfacción con el número de horas de clase de las asignaturas que se imparten en la titulación	3,70
SG.A.1 - 3	Grado de satisfacción con la carga de trabajo	3,37
SG.A.1 - 4	Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas	2,50
SG.A.1 - 5	Grado de satisfacción global con la organización de la enseñanza	2,14
SG.A.2 Satisfacción con los servicios disponibles		
SG.A.2 - 1	Grado de satisfacción con la Secretaría del Campus	2,75
SG.A.2 - 2	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro	2,89
SG.A.2 - 3	Grado de satisfacción global con los servicios disponibles	2,82

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

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	2,97
SG.A.3 - 2	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas	3,17
SG.A.3 - 3	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas de informática	3,15
SG.A.3 - 4	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas de informática	3,33
SG.A.3 - 5	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de los laboratorios	3,42
SG.A.3 - 6	Grado de satisfacción con el equipamiento de los laboratorios	3,35
SG.A.3 - 7	Grado de satisfacción con las condiciones de la biblioteca	4,31
SG.A.3 - 8	Grado de satisfacción con los recursos bibliográficos	3,80
SG.A.3 - 9	Grado de satisfacción global con los espacios de docencia y estudio	3,44
SG.A.4 Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos		
SG.A.4 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios	3,76
SG.A.5 Satisfacción con Aula Virtual		
SG.A.5 - 1	Grado de satisfacción con el funcionamiento general de la plataforma	3,73
SG.A.5 - 2	Grado de satisfacción con el aspecto, claridad y facilidad de uso de la plataforma	3,66
SG.A.5 - 3	Grado de satisfacción con el soporte y asistencia técnica	3,32
SG.A.5 - 4	Grado de satisfacción global con Aula Virtual	3,57
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	3,03
SG.A.6 - 2	Grado de satisfacción con la información disponible sobre el Grado	3,17
SG.A.6 - 3	Grado de satisfacción con la información disponible sobre becas y ayudas	2,64
SG.A.6 - 4	Grado de satisfacción global con la información disponible en la web de la Universidad	2,95
SG.A.7 Satisfacción con los procedimientos administrativos		
SG.A.7 - 1	Grado de satisfacción con el proceso de matriculación	3,60
SG.A.7 - 2	Grado de satisfacción con los procedimientos de sugerencias y reclamaciones	2,56
SG.A.7 - 3	Grado de satisfacción global con los procedimientos administrativos	3,08

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

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	3,17
SG.A.8 - 2	Grado de satisfacción con la labor de orientación y apoyo desarrollada por el Tutor Integral	2,93
SG.A.8 - 3	Grado de satisfacción global con las labores de orientación y apoyo	3,05
SG.A.9 Satisfacción con la vida universitaria		
SG.A.9 - 1	Grado de satisfacción con las actividades deportivas	3,24
SG.A.9 - 2	Grado de satisfacción con las actividades culturales	3,24
SG.A.9 - 3	Grado de satisfacción con las actividades de cooperación y solidaridad	3,38
SG.A.9 - 4	Grado de satisfacción global con la vida universitaria	3,29
SG.A.10 Satisfacción global		
SG.A.10 - 1	Grado de satisfacción global con la Titulación	2,83
SG.A.10 - 2	Grado de satisfacción global con el Centro	3,07
SG.A.10 - 3	Grado de satisfacción global con los servicios de la Universidad	2,74

SG.E SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL GRADO		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2014/15 han egresado del GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA)	
Tamaño Población objetivo	23 individuos	
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento	
Tamaño muestral	85,0% sobre 20 individuos posibles	
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral - Grados	
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)	
Periodo de aplicación	Mayo -Junio 2016	
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	Grado de satisfacción con la organización del Plan de Estudios para la adquisición del perfil de egreso	2,71
SG.E.1 - 2	Grado de satisfacción con los conocimientos adquiridos y competencias desarrolladas	2,94
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	3,24
SG.E.3	Utilidad del título universitario	
SG.E.3 - 1	Utilidad del título universitario para acceder al mercado de trabajo	3,18
SG.E.3 - 2	Utilidad del título universitario para mejorar las condiciones laborales	2,94

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

IL.G INSERCIÓN LABORAL GRADO		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2014/15 han egresado del GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA)	
Tamaño Población objetivo	23 individuos	
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento	
Tamaño muestral	85,0% sobre 20 individuos posibles	
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral - Grados	
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)	
Periodo de aplicación	Mayo -Junio 2016	
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	82,4%
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	82,4%
IL.G.1 - 4	Tasa de empleo (Nº empleados/población total) un año después del egreso	82,4%
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	92,9%
IL.G.1 - 7	Tiempo medio en conseguir empleo tras la graduación (meses)	1,71
IL.G.1 - 8	Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el primer año tras la graduación (meses)	2,85
IL.G.1 - 9	Salario neto medio mensual del primer empleo	836,92
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	85,7%
IL.G.2 - 2	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria	85,7%

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

IL.G		INSERCIÓN LABORAL GRADO
IL.G.3		Satisfacción con el primer empleo
IL.G.3 - 1	Grado de satisfacción con la estabilidad del primer empleo	3,29
IL.G.3 - 2	Grado de satisfacción con las perspectivas de futuro del primer empleo	3,14
IL.G.3 - 3	Grado de satisfacción con el salario del primer empleo	2,64
IL.G.3 - 4	Grado de satisfacción con las posibilidades de promoción del primer empleo (asalariados)	3,36
IL.G.3 - 5	Grado de satisfacción con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del primer empleo	3,64
IL.G.3 - 6	Grado de satisfacción global con el primer empleo	3,57

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

TP.G TRAYECTORIA PROFESIONAL GRADO. SEGUNDO AÑO POSTERIOR AL EGRESO		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2013/14 egresaron del GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) y contestaron a la encuesta Inserción Laboral Grado 2015	
Tamaño Población objetivo	7 individuos	
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento	
Tamaño muestral	57,1% sobre 7 individuos posibles	
Cuestionario	Cuestionario de Trayectoria Profesional Grados	
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)	
Periodo de aplicación	Mayo-Junio 2016	
RESULTADOS		
TP.G.1.1 Trayectoria laboral durante el SEGUNDO año posterior al egreso		
TP.G.1 - 1	Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación, dos años después del egreso	75,0%
TP.G.1 - 2	Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación, dos años después del egreso	75,0%
TP.G.1 - 3	Tasa de actividad (Nº activos/población total) dos años después del egreso	100,0%
TP.G.1 - 4	Tasa de empleo (Nº empleados/población total) dos años después del egreso	75,0%
TP.G.1 - 5	Tasa de paro (Nº desempleados/Nº activos) dos años después del egreso	25,0%
TP.G.1 - 6	Tasa de asalarización (Nº asalariados/Nº empleados) dos años después del egreso	66,7%
TP.G.1 - 7	Tiempo medio de desempleo de los titulados activos durante el segundo año tras la graduación (meses)	3,00
TP.G.1 - 8	Salario neto medio mensual del empleo, dos años después del egreso	1.516,67
TP.G.2.1 Relación entre los estudios cursados y el empleo del titulado durante el SEGUNDO año posterior al egreso		
TP.G.2 - 1	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar, dos años después del egreso	100,0%
TP.G.2 - 2	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria, dos años después del egreso	66,7%

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

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 (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 3,33
TP.G.3 - 2	Grado de satisfacción, dos años después del egreso, con las perspectivas de futuro del empleo actual 4,00
TP.G.3 - 3	Grado de satisfacción, dos años después del egreso, con el salario del empleo actual 4,00
TP.G.3 - 4	Grado de satisfacción, dos años después del egreso, con las posibilidades de promoción del empleo (asalariados) actual 4,00
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 3,00
TP.G.3 - 6	Grado de satisfacción global con el empleo, dos años después del egreso 3,67

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

AB CAUSAS DE ABANDONO		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2014/15 han abandonado sus estudios de GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA)	
Tamaño Población objetivo	18 individuos	
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento	
Tamaño muestral	93,8% sobre 16 individuos posibles	
Cuestionario	Cuestionario de Abandono	
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)	
Periodo de aplicación	Abril 2016	
RESULTADOS		
AB.5 Distribución del abandono		
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	60,0%
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	0,0%
AB.5 - 2	Porcentaje de alumnos que abandonan por cambio a otra titulación de la URJC	13,3%
AB.5 - 3	Porcentaje de alumnos que abandonan por cambio a otra Universidad	6,7%
AB.5 - 4	Porcentaje de alumnos que abandonan los estudios universitarios	20,0%
AB.1 Motivación		
AB.1 - 1	Porcentaje de alumnos que abandonan la titulación que la habrían escogido si no hubiesen existido restricciones	66,7%
AB.2 Dificultades: importancia en la decisión de dejar los estudios universitarios		
AB.2 - 1	Grado de importancia de la falta de tiempo para el estudio	2,33
AB.2 - 2	Grado de importancia de las dificultades con algunas asignaturas de la carrera	1,67
AB.2 - 3	Grado de importancia de las dificultades para asistir a clase u otros eventos programados	2,33
AB.2 - 4	Grado de importancia de las dificultades económicas	2,67
AB.2 - 5	Grado de importancia de la falta de motivación	2,00

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

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	33,3%
AB.3 - 2	Porcentaje de alumnos que abandonan por incompatibilidad con el trabajo u otros estudios	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	33,3%
AB.3 - 5	Porcentaje de alumnos que abandonan por problemas personales o familiares	33,3%
AB.3 - 6	Porcentaje de alumnos que abandonan por otras causas	0,0%
AB.4		Valoración de la URJC
AB.4 - 1	Opinión sobre la URJC de los alumnos que abandonan la titulación (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	83,3%

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

SG.PDI SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Profesores de la URJC que en el curso académico 2015/16 imparten clase en los grupos de docencia propios del GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA), siendo estos mayoritarios	
Tamaño Población objetivo	33 individuos	
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	27,3%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción del Profesorado con el Grado (Presencial)	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Marzo-Mayo 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SG.PDI.3 Satisfacción con la organización de la enseñanza		
SG.PDI.1 - 1	Grado de satisfacción con la organización del Plan de Estudios	4,00
SG.PDI.1 - 2	Grado de satisfacción con el número de horas de clase de las asignaturas que se imparten en la titulación	4,22
SG.PDI.1 - 3	Grado de satisfacción con la carga de trabajo del estudiante	4,33
SG.PDI.1 - 4	Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas por los estudiantes	3,88
SG.PDI.1 - 5	Grado de satisfacción con la coordinación docente	4,78
SG.PDI.1 - 6	Grado de satisfacción global con la organización de la enseñanza	4,44
SG.PDI.4 Satisfacción con otros aspectos relacionados con el proceso formativo		
SG.PDI.1 - 7	Grado de satisfacción con la información publicada sobre el Grado en la web de la Universidad	4,33
SG.PDI.1 - 8	Grado de satisfacción con las acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad	3,78
SG.PDI.1 - 9	Grado de satisfacción con los recursos materiales	3,56
SG.PDI.2 Satisfacción global		
SG.PDI.2 - 1	Grado de satisfacción global con la Titulación	4,33

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

SCU.PDI SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL CAMPUS Y UNIVERSIDAD (GRADO PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Profesores de la URJC que durante el curso académico 2015/16 imparten docencia en un grado presencial del CAMPUS DE FUENLABRADA	
Tamaño Población objetivo	542 individuos	
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	40,2%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción del Profesorado con el Campus y la Universidad - Grados Presenciales	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Marzo-Junio 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SCU.PDI.3 Satisfacción con los servicios del Campus de Fuenlabrada		
SCU.PDI.3 - 1	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro (Fuenlabrada)	4,17
SCU.PDI.3 - 2	Grado de satisfacción con la gestión del Campus de Fuenlabrada (Gerencia)	3,94
SCU.PDI.4 Satisfacción con las instalaciones e infraestructuras de Fuenlabrada		
SCU.PDI.4 - 1	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas (Fuenlabrada)	3,82
SCU.PDI.4 - 2	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas (Fuenlabrada)	3,93
SCU.PDI.4 - 3	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas de informática (Fuenlabrada)	3,60
SCU.PDI.4 - 4	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas de informática (Fuenlabrada)	3,43
SCU.PDI.4 - 5	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de los laboratorios (Fuenlabrada)	--
SCU.PDI.4 - 6	Grado de satisfacción con el equipamiento de los laboratorios (Fuenlabrada)	--
SCU.PDI.4 - 7	Grado de satisfacción con las condiciones de la biblioteca (Fuenlabrada)	4,24
SCU.PDI.4 - 8	Grado de satisfacción con los recursos bibliográficos (Fuenlabrada)	3,55
SCU.PDI.4 - 9	Grado de satisfacción global con el Campus de Fuenlabrada	3,94
SCU.PDI.11 Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos de la URJC		
SCU.PDI.11 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios	3,97
SCU.PDI.11 - 2	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web	3,43

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

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	4,00
SCU.PDI.12 - 2	Grado de satisfacción con el aspecto, claridad y facilidad de uso de la plataforma	3,84
SCU.PDI.12 - 3	Grado de satisfacción con los cursos y actividades formativas de Aula Virtual	3,93
SCU.PDI.12 - 4	Grado de satisfacción con el soporte y asistencia del equipo técnico (asesores técnico-docentes) de Aula Virtual	3,97
SCU.PDI.12 - 5	Grado de satisfacción con la información y recursos disponibles en la web de Aula Virtual y URJC Online	3,89
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	3,36

PM.IN SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ALUMNOS ENTRANTES		
FICHA TÉCNICA		
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 (FUENLABRADA) en el curso académico 2015/16	
Tamaño Población objetivo	13 individuos	
Marco	Base de datos Unidad de Relaciones Internacionales y Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	46,2%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Programa de Movilidad - Alumnos Entrantes	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Noviembre 2015-Julio 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
PM.IN.1 Satisfacción con la información previa facilitada por la URJC		
PM.IN.1 - 1	Grado de satisfacción con la información facilitada por la oficina de RRII de la URJC	3,83
PM.IN.1 - 2	Grado de satisfacción con la información facilitada sobre los trámites necesarios previos a la llegada del alumno a la URJC	3,83
PM.IN.1 - 3	Grado de satisfacción con la información necesaria para cumplimentar el learning, agreement	3,33
PM.IN.1 - 4	Grado de satisfacción con la información disponible en la página web de la URJC	3,67
PM.IN.1 - 5	Grado de satisfacción con la atención recibida por la Asociación de alumnos internacionales	4,00
PM.IN.2 Satisfacción con la calidad académica		
PM.IN.2 - 1	Grado de satisfacción con el personal docente de la URJC	3,17
PM.IN.2 - 2	Grado de satisfacción con la oferta docente de la URJC	3,17
PM.IN.2 - 3	Grado de satisfacción con los cursos que siguió el estudiante en la URJC (metodología, nivel de enseñanza, contenidos, etc.)	3,33
PM.IN.2 - 4	Grado de satisfacción con el material de estudio proporcionado por la URJC	3,40

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

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	3,50
PM.IN.3 - 2	Grado de satisfacción con el apoyo académico recibido de la institución URJC	3,00
PM.IN.3 - 3	Grado de satisfacción con la atención recibida por parte de la oficina de RRII de la URJC	3,50
PM.IN.3 - 4	Grado de satisfacción con la atención recibida por parte del coordinador académico de la URJC	3,83
PM.IN.3 - 5	Grado de satisfacción con el grado de integración con los estudiantes de la URJC	3,00
PM.IN.3 - 6	Grado de satisfacción con el acceso a bibliotecas y a material de estudio en la URJC	4,00
PM.IN.3 - 7	Grado de satisfacción con el acceso a recursos informáticos (ordenadores, red, etc.) en la URJC	3,67
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	2,83

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

PM.OUT SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ALUMNOS SALIENTES		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC matriculados en el GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) que en el curso académico 2015/16 a través de los programas ERASMUS o MUNDE han cursado estudios en universidades extranjeras	
Tamaño Población objetivo	10 individuos	
Marco	Base de Datos Unidad de Relaciones Internacionales	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	100,0% sobre 10 individuos posibles	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Programa de Movilidad - Alumnos Salientes	
Recogida información	Telefónica	
Periodo de aplicación	Noviembre 2015-Julio 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
PM.OUT.1 Satisfacción con el Coordinador académico de la URJC		
PM.OUT.1 - 1	Grado de satisfacción con el asesoramiento en la elección de destino y universidad	1,90
PM.OUT.1 - 2	Grado de satisfacción con el asesoramiento en la elaboración del Learning Agreement y el Acuerdo de Equivalencias	1,90
PM.OUT.1 - 3	Grado de satisfacción con la facilidad para contactar con el coordinador	1,60
PM.OUT.1 - 4	Grado de satisfacción con la rapidez en la gestión de las consultas	1,90
PM.OUT.1 - 5	Grado de satisfacción general con la atención recibida por parte del Coordinador académico	1,80
PM.OUT.2 Satisfacción con la Oficina de Relaciones Internacionales de la URJC		
PM.OUT.2 - 1	Grado de satisfacción con la facilidad para encontrar la información de la Oficina de RRII en la página web	3,60
PM.OUT.2 - 2	Grado de satisfacción con la utilidad de la información facilitada por la URJC	3,70
PM.OUT.2 - 3	Grado de satisfacción con la atención recibida en la Oficina de Relaciones Internacionales de la URJC	3,90
PM.OUT.3 Satisfacción con la calidad académica de la institución de destino		
PM.OUT.3 - 1	Grado de satisfacción con el personal docente de la institución de acogida	4,30
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.)	4,30
PM.OUT.3 - 3	Grado de satisfacción con el material de estudio proporcionado por la institución de acogida	4,10

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

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	4,10
PM.OUT.4 - 2	Grado de satisfacción con el apoyo académico recibido de la institución de acogida	4,30
PM.OUT.4 - 3	Grado de satisfacción con la atención recibida por parte de la oficina de Relaciones Internacionales de acogida	4,20
PM.OUT.4 - 4	Grado de satisfacción con el grado de integración con los estudiantes locales en la institución de acogida	4,40
PM.OUT.4 - 5	Grado de satisfacción con el acceso a bibliotecas y a material de estudio en la institución de acogida	4,20
PM.OUT.4 - 6	Grado de satisfacción con el acceso a recursos informáticos (ordenadores, red, etc.) en la institución de acogida	4,40
PM.OUT.5 Satisfacción con la experiencia personal		
PM.OUT.5 - 1	Grado de satisfacción con los conocimientos académicos adquiridos	3,90
PM.OUT.5 - 2	Grado de satisfacción con la mejora en la capacidad de decisión	4,20
PM.OUT.5 - 3	Grado de satisfacción con la mejora de competencias interculturales	4,50
PM.OUT.5 - 4	Grado de satisfacción con la mejora del dominio lingüístico	4,20
PM.OUT.5 - 5	Grado de satisfacción con la mejora de la autoconfianza	4,20
PM.OUT.5 - 6	Grado de satisfacción con la mejora en el grado de independencia	4,70
PM.OUT.5 - 7	Grado de satisfacción con la madurez adquirida	4,30
PM.OUT.6 Satisfacción global con la estancia en la institución de destino		
PM.OUT.6 - 1	Grado de satisfacción global con la estancia	4,50

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

SU.PAS SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON LA UNIVERSIDAD		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Personal de administración y servicios que durante el curso académico 2015/16 prestan sus servicios en la URJC	
Tamaño Población objetivo	603 individuos	
Marco	Base de datos Gerencia General	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	51,9%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción de Personal de Administración y Servicios con la Universidad	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Marzo - Mayo 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SU.PAS.1	Satisfacción con las instalaciones e infraestructuras de la URJC	
SU.PAS.1 - 1	Grado de satisfacción con las condiciones de los espacios de trabajo	3,92
SU.PAS.1 - 2	Grado de satisfacción con los recursos materiales	3,97
SU.PAS.2	Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos de la URJC	
SU.PAS.2 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios	3,96
SU.PAS.2 - 2	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web	3,35
SU.PAS.3	Satisfacción con los servicios y procedimientos de la URJC	
SU.PAS.3 - 1	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro	3,96
SU.PAS.3 - 2	Grado de satisfacción con los procedimientos de sugerencias y reclamaciones	3,63
SU.PAS.3 - 3	Grado de satisfacción con los aspectos organizativos de la docencia que afectan a sus tareas	3,51
SU.PAS.4	Satisfacción con la relación con otros colectivos de la URJC	
SU.PAS.4 - 1	Grado de satisfacción con su relación con otras unidades administrativas o de servicios	4,07
SU.PAS.4 - 2	Grado de satisfacción con su relación con el profesorado	3,99
SU.PAS.4 - 3	Grado de satisfacción con su relación con el alumnado	4,02
SU.PAS.5	Satisfacción con las funciones encomendadas	
SU.PAS.5 - 1	Grado de satisfacción con la adecuación de su puesto de trabajo y las tareas encomendadas a su capacitación profesional	3,87
SU.PAS.6	Satisfacción global	
SU.PAS.6 - 1	Grado de satisfacción global con los servicios de la Universidad	3,85

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

PE.AG PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que cursan estudios de GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) y durante el curso académico 2015/16 han realizado prácticas externas en empresas	
Tamaño Población objetivo	26 individuos	
Marco	Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	34,6%	
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas Externas - Alumnos de Grado	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2016	
RESULTADOS		
PE.AG.1 Características de las prácticas		
PE.AG.1 - 1	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido demasiado corta	0,0%
PE.AG.1 - 2	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido corta	0,0%
PE.AG.1 - 3	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido adecuada	100,0%
PE.AG.1 - 4	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido larga	0,0%
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 (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)	2,44
PE.AG.2 Inserción laboral		
PE.AG.2 - 1	Porcentaje de alumnos que han conseguido un contrato de trabajo mediante las prácticas	11,1%
PE.AG.2 - 2	Porcentaje de alumnos para los que las prácticas han aumentado sus expectativas de obtener un trabajo	55,6%
PE.AG.3 Satisfacción con las competencias adquiridas (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)		
PE.AG.3 - 1	Grado de satisfacción con las competencias profesionales adquiridas o desarrolladas	3,33
PE.AG.3 - 2	Grado de satisfacción con la preparación adquirida para la futura inserción del alumno en el mundo laboral	3,44
PE.AG.3 - 3	Grado de satisfacción global con las competencias adquiridas	3,39

GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) (Cód. 2100)

PE.AG	PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS	
PE.AG.4	Satisfacción con la gestión de las prácticas y responsables (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	
PE.AG.4 - 1	Grado de satisfacción con la información recibida de la Unidad de Prácticas Externas	3,00
PE.AG.4 - 2	Grado de satisfacción con la gestión administrativa en la Unidad de Prácticas Externas (trámites, documentación,...)	3,33
PE.AG.4 - 3	Grado de satisfacción con la atención prestada por el tutor académico en la Universidad	3,11
PE.AG.4 - 4	Grado de satisfacción con los sistemas de evaluación aplicados	3,67
PE.AG.4 - 5	Grado de satisfacción global con la gestión de las prácticas y responsables	3,28
PE.AG.5	Satisfacción global (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	
PE.AG.5 - 1	Grado de satisfacción global con las prácticas externas	2,67

PE.T PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL TUTOR EXTERNO		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Tutores externos de los alumnos del GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) de la URJC que durante el curso académico 2015/16 han realizado prácticas en empresas	
Tamaño Población objetivo	25 individuos	
Marco	Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	16,7% sobre 24 individuos posibles	
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas Externas de Grado - Tutor Externo y Empleadores	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2016	
RESULTADOS		
PE.T.1 Características de las prácticas		
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	25,0%
PE.T.1 - 3	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido adecuada	75,0%
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	0,0%
PE.T.1 - 6	Grado de afinidad de las prácticas con la titulación del estudiante (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)	4,75
PE.T.2 Adaptación y competencias adquiridas (valoración de 1=completamente en desacuerdo a 5=completamente de acuerdo)		
PE.T.2 - 1	Las prácticas han permitido al estudiante la adquisición y desarrollo de competencias profesionales	5,00
PE.T.2 - 2	Las prácticas han permitido al estudiante mejorar su preparación para su futura inserción en el mundo laboral	5,00
PE.T.2 - 3	Valoración global de la adaptación y competencias adquiridas por el estudiante con las prácticas	5,00

PE.T PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL TUTOR EXTERNO		
PE.T.3	Satisfacción con la gestión de las prácticas y responsables (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	4,75
PE.T.3 - 2	Grado de satisfacción del Tutor Externo con la gestión administrativa en la Unidad de Prácticas Externas (trámites, documentación,...)	4,25
PE.T.3 - 3	Grado de satisfacción del tutor externo con la atención prestada por el tutor académico de la Universidad	4,50
PE.T.3 - 4	Grado de satisfacción del Tutor Externo con los sistemas de evaluación aplicados	4,25
PE.T.3 - 5	Grado de satisfacción global del Tutor Externo con la gestión de las prácticas y responsables	4,44
PE.T.4	Satisfacción global (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	
PE.T.4 - 1	Grado de satisfacción global con las prácticas externas	4,75

PE.E PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Empleadores de los alumnos del GRADO EN MARKETING (FUENLABRADA) de la URJC que durante el curso académico 2015/16 han realizado prácticas externas en empresas	
Tamaño Población objetivo	25 individuos	
Marco	Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	16,7% sobre 24 individuos posibles	
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas Externas - Tutor Externo y Empleadores	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2016	
RESULTADOS		
PE.E.1	Capacidad de los estudiantes en relación a los conocimientos adquiridos y competencias desarrolladas a lo largo de sus estudios universitarios	
PE.E.1 - 1	Valoración de la capacidad para adquirir nuevos conocimientos	5,00
PE.E.1 - 2	Valoración de la capacidad para usar el tiempo de forma adecuada	5,00
PE.E.1 - 3	Valoración de la capacidad para hacerse entender	5,00
PE.E.1 - 4	Valoración de la capacidad para trabajar en equipo	5,00
PE.E.1 - 5	Valoración de la capacidad para encontrar nuevas ideas y soluciones	5,00
PE.E.1 - 6	Valoración de la capacidad para utilizar herramientas informáticas	5,00
PE.E.1 - 7	Valoración de la capacidad para comunicarse en idiomas extranjeros	4,50
PE.E.2	Preparación global de los estudiantes para desarrollar un trabajo	
PE.E.2 - 1	Valoración global de la preparación global de los estudiantes para desarrollar los trabajos asignados en la empresa del empleador	4,75
PE.E.2 - 2	Valoración de la preparación global de los estudiantes para desarrollar trabajos relacionados con la titulación (en cualquier empresa)	4,75
PE.E.3	Satisfacción con los conocimientos adquiridos y las competencias desarrolladas por los estudiantes	
PE.E.3 - 1	Grado de satisfacción con los conocimientos adquiridos y las competencias desarrolladas por los estudiantes	4,75

**PLAN GENERAL DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN
INDICADORES DE ENCUESTAS
GRADOS PRESENCIALES
2015 / 2016**

GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) (Cód. 2195)

GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) (CÓD. 2195)

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 (ARANJUEZ) . 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
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
SU.PAS	SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON LA UNIVERSIDAD
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

GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) (CÓD. 2195)

Los datos se han obtenido a partir de las encuestas elaboradas por el Centro Universitario de Estudios Aplicados (CUESA) durante el curso académico 2015 / 2016 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 Personal de Administración y Servicios con la Universidad
- 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

GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) (Cód. 2195)

NA NUEVOS ALUMNOS DE GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Nuevos alumnos de primero matriculados durante el curso académico 2015/16 en el GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) de la URJC	
Tamaño Población objetivo	78 individuos	
Marco	Listado de alumnos por titulación. Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Selección de una asignatura obligatoria de cada grupo de primer curso y censo de los alumnos que se encuentran en el aula al realizar la encuesta	
Tamaño muestral	39,7%	
Cuestionario	Cuestionario de Nuevos Alumnos - Grados Presenciales	
Recogida información	Presencial (aula)	
Periodo de aplicación	Octubre - Noviembre 2015	
RESULTADOS		
NA.1 Perfil socioeconómico		
NA.1 - 1	Edad media de acceso a la Universidad (años)	19,94
NA.1 - 2	Porcentaje de hombres	43,3%
NA.1 - 3	Porcentaje de mujeres	56,7%
NA.1 - 4	Porcentaje de alumnos españoles	93,5%
NA.1 - 5	Porcentaje de alumnos extranjeros	6,5%
NA.1 - 6	Porcentaje de alumnos que han solicitado becas	64,5%
NA.2 Satisfacción con el proceso de matriculación		
NA.2 - 1	Grado de satisfacción con la disponibilidad de la información	3,13
NA.2 - 2	Grado de satisfacción con la claridad de las instrucciones	3,03
NA.2 - 3	Grado de satisfacción con el sistema de ayuda y consulta	2,71
NA.2 - 4	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web	3,74
NA.2 - 5	Grado de satisfacción global con el proceso de matriculación	3,32
NA.3 Valoración de la URJC (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)		
NA.3 - 1	Opinión de los nuevos alumnos sobre la URJC (escala de 1=muy mala a 5=muy buena)	3,68
NA.3 - 2	Porcentaje de alumnos que han asistido a las Jornadas de acogida	61,3%
NA.3 - 3	Valoración de la utilidad de las Jornadas de acogida (valoración de 1=utilidad muy baja o nula a 5=utilidad muy alta)	3,74

GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) (Cód. 2195)

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	67,7%

GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) (Cód. 2195)

VD.G VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC matriculados durante el curso académico 2015/16 en el GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ)	
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	94,2%	
Cuestionario	Cuestionario de Valoración Docente - Titulaciones Presenciales	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Diciembre 2015-Enero 2016 (primer semestre) / Mayo-Junio 2016 (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	3,86
VD.G.1 - 2	Se informa sobre los criterios de evaluación	3,88
VD.G.1 - 3	Se respetan los horarios	3,98
VD.G.1 - 4	Disponibilidad para atender al alumno	3,91
VD.G.1 - 5	Se aclaran las dudas	3,85
VD.G.1 - 6	Se explica con claridad	3,77
VD.G.1 - 7	Las actividades docentes se ajustan a lo establecido en la guía	3,89
VD.G.1 - 8	Se facilita el seguimiento y el aprendizaje	3,80
VD.G.1 - 9	La evaluación se ajusta a las especificaciones de la guía docente	3,88
VD.G.1 - 10	Se está satisfecho con la labor del profesor	3,80
VD.G.2 Resultados globales de la valoración docente		
VD.G.2 - 1	Resultados de la valoración docente de primer curso	3,96
VD.G.2 - 2	Resultados de la valoración docente de segundo curso	3,76
VD.G.2 - 3	Resultados de la valoración docente de tercer curso	
VD.G.2 - 4	Resultados de la valoración docente de cuarto curso	
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	3,85

GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) (Cód. 2195)

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 $\geq 3,5$	88,9%
VD.G.4 - 2	Porcentaje de profesores de segundo curso con valoración $\geq 3,5$	72,7%
VD.G.4 - 3	Porcentaje de profesores de tercer curso con valoración $\geq 3,5$	
VD.G.4 - 4	Porcentaje de profesores de cuarto curso con valoración $\geq 3,5$	
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 $\geq 3,5$	80,0%

SG.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL)	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que durante el curso académico 2015/16 continúan los estudios de GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) que iniciaron en el curso 2013/14
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad
Método de selección	Censal
Tamaño muestral	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Grado Presencial - Alumnos
Recogida información	Online
Periodo de aplicación	Marzo-Junio 2016
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)
SG.A.1 Satisfacción con la organización de la enseñanza	
SG.A.1 - 1	Grado de satisfacción con la estructura del Plan de Estudios
SG.A.1 - 2	Grado de satisfacción con el número de horas de clase de las asignaturas que se imparten en la titulación
SG.A.1 - 3	Grado de satisfacción con la carga de trabajo
SG.A.1 - 4	Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas
SG.A.1 - 5	Grado de satisfacción global con la organización de la enseñanza
SG.A.2 Satisfacción con los servicios disponibles	
SG.A.2 - 1	Grado de satisfacción con la Secretaría del Campus
SG.A.2 - 2	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro
SG.A.2 - 3	Grado de satisfacción global con los servicios disponibles

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
SG.A.3 - 2	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas
SG.A.3 - 3	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas de informática
SG.A.3 - 4	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas de informática
SG.A.3 - 5	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de los laboratorios
SG.A.3 - 6	Grado de satisfacción con el equipamiento de los laboratorios
SG.A.3 - 7	Grado de satisfacción con las condiciones de la biblioteca
SG.A.3 - 8	Grado de satisfacción con los recursos bibliográficos
SG.A.3 - 9	Grado de satisfacción global con los espacios de docencia y estudio
SG.A.4 Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos	
SG.A.4 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios
SG.A.5 Satisfacción con Aula Virtual	
SG.A.5 - 1	Grado de satisfacción con el funcionamiento general de la plataforma
SG.A.5 - 2	Grado de satisfacción con el aspecto, claridad y facilidad de uso de la plataforma
SG.A.5 - 3	Grado de satisfacción con el soporte y asistencia técnica
SG.A.5 - 4	Grado de satisfacción global con Aula Virtual
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
SG.A.6 - 2	Grado de satisfacción con la información disponible sobre el Grado
SG.A.6 - 3	Grado de satisfacción con la información disponible sobre becas y ayudas
SG.A.6 - 4	Grado de satisfacción global con la información disponible en la web de la Universidad
SG.A.7 Satisfacción con los procedimientos administrativos	
SG.A.7 - 1	Grado de satisfacción con el proceso de matriculación
SG.A.7 - 2	Grado de satisfacción con los procedimientos de sugerencias y reclamaciones
SG.A.7 - 3	Grado de satisfacción global con los procedimientos administrativos

GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) (Cód. 2195)

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
SG.A.8 - 2	Grado de satisfacción con la labor de orientación y apoyo desarrollada por el Tutor Integral
SG.A.8 - 3	Grado de satisfacción global con las labores de orientación y apoyo
SG.A.9	Satisfacción con la vida universitaria
SG.A.9 - 1	Grado de satisfacción con las actividades deportivas
SG.A.9 - 2	Grado de satisfacción con las actividades culturales
SG.A.9 - 3	Grado de satisfacción con las actividades de cooperación y solidaridad
SG.A.9 - 4	Grado de satisfacción global con la vida universitaria
SG.A.10	Satisfacción global
SG.A.10 - 1	Grado de satisfacción global con la Titulación
SG.A.10 - 2	Grado de satisfacción global con el Centro
SG.A.10 - 3	Grado de satisfacción global con los servicios de la Universidad

SG.E SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL GRADO	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2014/15 han egresado del GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ)
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad
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
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Mayo -Junio 2016
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	Grado de satisfacción con la organización del Plan de Estudios para la adquisición del perfil de egreso
SG.E.1 - 2	Grado de 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
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 GRADO	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2014/15 han egresado del GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ)
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad
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
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Mayo -Junio 2016
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 (Nº activos/población total) un año después del egreso
IL.G.1 - 4	Tasa de empleo (Nº empleados/población total) un año después del egreso
IL.G.1 - 5	Tasa de paro (Nº desempleados/Nº activos) un año después del egreso
IL.G.1 - 6	Tasa de asalarización (Nº asalariados/Nº empleados) un año después del egreso
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 INSERCIÓN LABORAL GRADO	
IL.G.3 Satisfacción con el primer empleo	
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 GRADO. SEGUNDO AÑO POSTERIOR AL EGRESO	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2013/14 egresaron del GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) y contestaron a la encuesta Inserción Laboral Grado 2015
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad
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
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Mayo-Junio 2016
RESULTADOS	
TP.G.1.1 Trayectoria laboral durante el SEGUNDO año posterior al egreso	
TP.G.1 - 1	Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación, dos años después del egreso
TP.G.1 - 2	Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación, dos años después del egreso
TP.G.1 - 3	Tasa de actividad (Nº activos/población total) dos años después del egreso
TP.G.1 - 4	Tasa de empleo (Nº empleados/población total) dos años después del egreso
TP.G.1 - 5	Tasa de paro (Nº desempleados/Nº activos) dos años después del egreso
TP.G.1 - 6	Tasa de asalarización (Nº asalariados/Nº empleados) dos años después del egreso
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, dos años después del egreso
TP.G.2.1 Relación entre los estudios cursados y el empleo del titulado durante el SEGUNDO año posterior al egreso	
TP.G.2 - 1	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar, dos años después del egreso
TP.G.2 - 2	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria, dos años después del egreso

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 (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
TP.G.3 - 2	Grado de satisfacción, dos años después del egreso, con las perspectivas de futuro del empleo actual
TP.G.3 - 3	Grado de satisfacción, dos años después del egreso, con el salario del empleo actual
TP.G.3 - 4	Grado de satisfacción, dos años después del egreso, con las posibilidades de promoción del empleo (asalariados) actual
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
TP.G.3 - 6	Grado de satisfacción global con el empleo, dos años después del egreso

GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) (Cód. 2195)

AB CAUSAS DE ABANDONO	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2014/15 han abandonado sus estudios de GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ)
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento
Tamaño muestral	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Abandono
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Abril 2016
RESULTADOS	
AB.5 Distribución del abandono	
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
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
AB.5 - 2	Porcentaje de alumnos que abandonan por cambio a otra titulación de la URJC
AB.5 - 3	Porcentaje de alumnos que abandonan por cambio a otra Universidad
AB.5 - 4	Porcentaje de alumnos que abandonan los estudios universitarios
AB.1 Motivación	
AB.1 - 1	Porcentaje de alumnos que abandonan la titulación que la habrían escogido si no hubiesen existido restricciones
AB.2 Dificultades: importancia en la decisión de dejar los estudios universitarios	
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 CAUSAS DE ABANDONO	
AB.3 Abandono estudios universitarios: 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 u otros estudios
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.4 Valoración de la URJC	
AB.4 - 1	Opinión sobre la URJC de los alumnos que abandonan la titulación (valoración de 1=muy mala a 5=muy buena)
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

GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) (Cód. 2195)

SG.PDI SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Profesores de la URJC que en el curso académico 2015/16 imparten clase en los grupos de docencia propios del GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ), siendo estos mayoritarios	
Tamaño Población objetivo	17 individuos	
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	35,3%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción del Profesorado con el Grado (Presencial)	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Marzo-Mayo 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SG.PDI.3 Satisfacción con la organización de la enseñanza		
SG.PDI.1 - 1	Grado de satisfacción con la organización del Plan de Estudios	3,83
SG.PDI.1 - 2	Grado de satisfacción con el número de horas de clase de las asignaturas que se imparten en la titulación	4,17
SG.PDI.1 - 3	Grado de satisfacción con la carga de trabajo del estudiante	3,33
SG.PDI.1 - 4	Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas por los estudiantes	3,50
SG.PDI.1 - 5	Grado de satisfacción con la coordinación docente	4,00
SG.PDI.1 - 6	Grado de satisfacción global con la organización de la enseñanza	3,83
SG.PDI.4 Satisfacción con otros aspectos relacionados con el proceso formativo		
SG.PDI.1 - 7	Grado de satisfacción con la información publicada sobre el Grado en la web de la Universidad	4,33
SG.PDI.1 - 8	Grado de satisfacción con las acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad	3,60
SG.PDI.1 - 9	Grado de satisfacción con los recursos materiales	3,83
SG.PDI.2 Satisfacción global		
SG.PDI.2 - 1	Grado de satisfacción global con la Titulación	3,83

GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) (Cód. 2195)

SCU.PDI SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL CAMPUS Y UNIVERSIDAD (GRADO PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Profesores de la URJC que durante el curso académico 2015/16 imparten docencia en un grado presencial del CAMPUS DE ARANJUEZ	
Tamaño Población objetivo	106 individuos	
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	45,3%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción del Profesorado con el Campus y la Universidad - Grados Presenciales	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Marzo-Junio 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SCU.PDI.9	Satisfacción con los servicios del Campus de Aranjuez	
SCU.PDI.9 - 1	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro (Aranjuez)	3,86
SCU.PDI.9 - 2	Grado de satisfacción con la gestión del Campus de Aranjuez (Gerencia)	3,98
SCU.PDI.10	Satisfacción con las instalaciones e infraestructuras de Aranjuez	
SCU.PDI.10 - 1	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas (Aranjuez)	3,76
SCU.PDI.10 - 2	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas (Aranjuez)	3,87
SCU.PDI.10 - 3	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas de informática (Aranjuez)	3,37
SCU.PDI.10 - 4	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas (Aranjuez)	3,87
SCU.PDI.10 - 5	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de los laboratorios (Aranjuez)	--
SCU.PDI.10 - 6	Grado de satisfacción con el equipamiento de los laboratorios (Aranjuez)	--
SCU.PDI.10 - 7	Grado de satisfacción con las condiciones de la biblioteca (Aranjuez)	2,32
SCU.PDI.10 - 8	Grado de satisfacción con los recursos bibliográficos (Aranjuez)	2,26
SCU.PDI.10 - 9	Grado de satisfacción global con el Campus de Aranjuez	3,61
SCU.PDI.11	Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos de la URJC	
SCU.PDI.11 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios	4,13
SCU.PDI.11 - 2	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web	3,69

GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) (Cód. 2195)

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	4,13
SCU.PDI.12 - 2	Grado de satisfacción con el aspecto, claridad y facilidad de uso de la plataforma	3,88
SCU.PDI.12 - 3	Grado de satisfacción con los cursos y actividades formativas de Aula Virtual	4,07
SCU.PDI.12 - 4	Grado de satisfacción con el soporte y asistencia del equipo técnico (asesores técnico-docentes) de Aula Virtual	4,14
SCU.PDI.12 - 5	Grado de satisfacción con la información y recursos disponibles en la web de Aula Virtual y URJC Online	4,02
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	3,54

PM.IN SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ALUMNOS ENTRANTES	
FICHA TÉCNICA	
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 (ARANJUEZ) en el curso académico 2015/16
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Unidad de Relaciones Internacionales y Base de datos Secretaría de la Universidad
Método de selección	Censal
Tamaño muestral	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Programa de Movilidad - Alumnos Entrantes
Recogida información	Online
Periodo de aplicación	Noviembre 2015-Julio 2016
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)
PM.IN.1 Satisfacción con la información previa facilitada por la URJC	
PM.IN.1 - 1	Grado de satisfacción con la información facilitada por la oficina de RRII de la URJC
PM.IN.1 - 2	Grado de satisfacción con la información facilitada sobre los trámites necesarios previos a la llegada del alumno a la URJC
PM.IN.1 - 3	Grado de satisfacción con la información necesaria para cumplimentar el learning, agreement
PM.IN.1 - 4	Grado de satisfacción con la información disponible en la página web de la URJC
PM.IN.1 - 5	Grado de satisfacción con la atención recibida por la Asociación de alumnos internacionales
PM.IN.2 Satisfacción con la calidad académica	
PM.IN.2 - 1	Grado de satisfacción con el personal docente de la URJC
PM.IN.2 - 2	Grado de satisfacción con la oferta docente de la URJC
PM.IN.2 - 3	Grado de satisfacción con los cursos que siguió el estudiante en la URJC (metodología, nivel de enseñanza, contenidos, etc.)
PM.IN.2 - 4	Grado de satisfacción con el material de estudio proporcionado por la URJC

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
PM.IN.3 - 2	Grado de satisfacción con el apoyo académico recibido de la institución URJC
PM.IN.3 - 3	Grado de satisfacción con la atención recibida por parte de la oficina de RRII de la URJC
PM.IN.3 - 4	Grado de satisfacción con la atención recibida por parte del coordinador académico de la URJC
PM.IN.3 - 5	Grado de satisfacción con el grado de integración con los estudiantes de la URJC
PM.IN.3 - 6	Grado de satisfacción con el acceso a bibliotecas y a material de estudio en la URJC
PM.IN.3 - 7	Grado de satisfacción con el acceso a recursos informáticos (ordenadores, red, etc.) en la URJC
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

PM.OUT SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ALUMNOS SALIENTES	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC matriculados en el GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) que en el curso académico 2015/16 a través de los programas ERASMUS o MUNDE han cursado estudios en universidades extranjeras
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de Datos Unidad de Relaciones Internacionales
Método de selección	Censal
Tamaño muestral	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Programa de Movilidad - Alumnos Salientes
Recogida información	Telefónica
Periodo de aplicación	Noviembre 2015-Julio 2016
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)
PM.OUT.1 Satisfacción con el Coordinador académico de la URJC	
PM.OUT.1 - 1	Grado de satisfacción con el asesoramiento en la elección de destino y universidad
PM.OUT.1 - 2	Grado de satisfacción con el asesoramiento en la elaboración del Learning Agreement y el Acuerdo de Equivalencias
PM.OUT.1 - 3	Grado de satisfacción con la facilidad para contactar con el coordinador
PM.OUT.1 - 4	Grado de satisfacción con la rapidez en la gestión de las consultas
PM.OUT.1 - 5	Grado de satisfacción general con la atención recibida por parte del Coordinador académico
PM.OUT.2 Satisfacción con la Oficina de Relaciones Internacionales de la URJC	
PM.OUT.2 - 1	Grado de satisfacción con la facilidad para encontrar la información de la Oficina de RRII en la página web
PM.OUT.2 - 2	Grado de satisfacción con la utilidad de la información facilitada por la URJC
PM.OUT.2 - 3	Grado de satisfacción con la atención recibida en la Oficina de Relaciones Internacionales de la URJC
PM.OUT.3 Satisfacción con la calidad académica de la institución de destino	
PM.OUT.3 - 1	Grado de satisfacción con el personal docente de la institución de acogida
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.)
PM.OUT.3 - 3	Grado de satisfacción con el material de estudio proporcionado por la institución de acogida

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
PM.OUT.4 - 2	Grado de satisfacción con el apoyo académico recibido de la institución de acogida
PM.OUT.4 - 3	Grado de satisfacción con la atención recibida por parte de la oficina de Relaciones Internacionales de acogida
PM.OUT.4 - 4	Grado de satisfacción con el grado de integración con los estudiantes locales en la institución de acogida
PM.OUT.4 - 5	Grado de satisfacción con el acceso a bibliotecas y a material de estudio en la institución de acogida
PM.OUT.4 - 6	Grado de satisfacción con el acceso a recursos informáticos (ordenadores, red, etc.) en la institución de acogida
PM.OUT.5	Satisfacción con la experiencia personal
PM.OUT.5 - 1	Grado de satisfacción con los conocimientos académicos adquiridos
PM.OUT.5 - 2	Grado de satisfacción con la mejora en la capacidad de decisión
PM.OUT.5 - 3	Grado de satisfacción con la mejora de competencias interculturales
PM.OUT.5 - 4	Grado de satisfacción con la mejora del dominio lingüístico
PM.OUT.5 - 5	Grado de satisfacción con la mejora de la autoconfianza
PM.OUT.5 - 6	Grado de satisfacción con la mejora en el grado de independencia
PM.OUT.5 - 7	Grado de satisfacción con la madurez adquirida
PM.OUT.6	Satisfacción global con la estancia en la institución de destino
PM.OUT.6 - 1	Grado de satisfacción global con la estancia

GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) (Cód. 2195)

SU.PAS SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON LA UNIVERSIDAD		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Personal de administración y servicios que durante el curso académico 2015/16 prestan sus servicios en la URJC	
Tamaño Población objetivo	603 individuos	
Marco	Base de datos Gerencia General	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	51,9%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción de Personal de Administración y Servicios con la Universidad	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Marzo - Mayo 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SU.PAS.1	Satisfacción con las instalaciones e infraestructuras de la URJC	
SU.PAS.1 - 1	Grado de satisfacción con las condiciones de los espacios de trabajo	3,92
SU.PAS.1 - 2	Grado de satisfacción con los recursos materiales	3,97
SU.PAS.2	Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos de la URJC	
SU.PAS.2 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios	3,96
SU.PAS.2 - 2	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web	3,35
SU.PAS.3	Satisfacción con los servicios y procedimientos de la URJC	
SU.PAS.3 - 1	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro	3,96
SU.PAS.3 - 2	Grado de satisfacción con los procedimientos de sugerencias y reclamaciones	3,63
SU.PAS.3 - 3	Grado de satisfacción con los aspectos organizativos de la docencia que afectan a sus tareas	3,51
SU.PAS.4	Satisfacción con la relación con otros colectivos de la URJC	
SU.PAS.4 - 1	Grado de satisfacción con su relación con otras unidades administrativas o de servicios	4,07
SU.PAS.4 - 2	Grado de satisfacción con su relación con el profesorado	3,99
SU.PAS.4 - 3	Grado de satisfacción con su relación con el alumnado	4,02
SU.PAS.5	Satisfacción con las funciones encomendadas	
SU.PAS.5 - 1	Grado de satisfacción con la adecuación de su puesto de trabajo y las tareas encomendadas a su capacitación profesional	3,87
SU.PAS.6	Satisfacción global	
SU.PAS.6 - 1	Grado de satisfacción global con los servicios de la Universidad	3,85

PE.AG PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que cursan estudios de GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) y durante el curso académico 2015/16 han realizado prácticas externas en empresas
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado
Método de selección	Censal
Tamaño muestral	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas Externas - Alumnos de Grado
Recogida información	Online
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2016
RESULTADOS	
PE.AG.1 Características de las prácticas	
PE.AG.1 - 1	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido demasiado corta
PE.AG.1 - 2	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido corta
PE.AG.1 - 3	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido adecuada
PE.AG.1 - 4	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido larga
PE.AG.1 - 5	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido demasiado larga
PE.AG.1 - 6	Grado de afinidad de las prácticas con los estudios cursados (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)
PE.AG.2 Inserción laboral	
PE.AG.2 - 1	Porcentaje de alumnos que han conseguido un contrato de trabajo mediante las prácticas
PE.AG.2 - 2	Porcentaje de alumnos para los que las prácticas han aumentado sus expectativas de obtener un trabajo
PE.AG.3 Satisfacción con las competencias adquiridas (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	
PE.AG.3 - 1	Grado de satisfacción con las competencias profesionales adquiridas o desarrolladas
PE.AG.3 - 2	Grado de satisfacción con la preparación adquirida para la futura inserción del alumno en el mundo laboral
PE.AG.3 - 3	Grado de satisfacción global con las competencias adquiridas

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

PE.T PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL TUTOR EXTERNO	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Tutores externos de los alumnos del GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) de la URJC que durante el curso académico 2015/16 han realizado prácticas en empresas
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado
Método de selección	Censal
Tamaño muestral	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas Externas de Grado - Tutor Externo y Empleadores
Recogida información	Online
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2016
RESULTADOS	
PE.T.1 Características de las prácticas	
PE.T.1 - 1	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido demasiado corta
PE.T.1 - 2	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido corta
PE.T.1 - 3	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido adecuada
PE.T.1 - 4	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido larga
PE.T.1 - 5	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido demasiado larga
PE.T.1 - 6	Grado de afinidad de las prácticas con la titulación del estudiante (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)
PE.T.2 Adaptación y competencias adquiridas (valoración de 1=completamente en desacuerdo a 5=completamente de acuerdo)	
PE.T.2 - 1	Las prácticas han permitido al estudiante la adquisición y desarrollo de competencias profesionales
PE.T.2 - 2	Las prácticas han permitido al estudiante mejorar su preparación para su futura inserción en el mundo laboral
PE.T.2 - 3	Valoración global de la adaptación y competencias adquiridas por el estudiante con las prácticas

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

PE.E PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Empleadores de los alumnos del GRADO EN MARKETING (ARANJUEZ) de la URJC que durante el curso académico 2015/16 han realizado prácticas externas en empresas
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado
Método de selección	Censal
Tamaño muestral	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas Externas - Tutor Externo y Empleadores
Recogida información	Online
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2016
RESULTADOS	
PE.E.1	Capacidad de los estudiantes en relación a los conocimientos adquiridos y competencias desarrolladas a lo largo de sus estudios universitarios
PE.E.1 - 1	Valoración de la capacidad para adquirir nuevos conocimientos
PE.E.1 - 2	Valoración de la capacidad para usar el tiempo de forma adecuada
PE.E.1 - 3	Valoración de la capacidad para hacerse entender
PE.E.1 - 4	Valoración de la capacidad para trabajar en equipo
PE.E.1 - 5	Valoración de la capacidad para encontrar nuevas ideas y soluciones
PE.E.1 - 6	Valoración de la capacidad para utilizar herramientas informáticas
PE.E.1 - 7	Valoración de la capacidad para comunicarse en idiomas extranjeros
PE.E.2	Preparación global de los estudiantes para desarrollar un trabajo
PE.E.2 - 1	Valoración global de la preparación global de los estudiantes para desarrollar los trabajos asignados en la empresa del empleador
PE.E.2 - 2	Valoración de la preparación global de los estudiantes para desarrollar trabajos relacionados con la titulación (en cualquier empresa)
PE.E.3	Satisfacción con los conocimientos adquiridos y las competencias desarrolladas por los estudiantes
PE.E.3 - 1	Grado de satisfacción con los conocimientos adquiridos y las competencias desarrolladas por los estudiantes

**PLAN GENERAL DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN
INDICADORES DE ENCUESTAS
GRADOS PRESENCIALES
2015 / 2016**

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (Cód. 2164)

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (CÓD. 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:

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
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
SU.PAS	SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON LA UNIVERSIDAD
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

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (CÓD. 2164)

Los datos se han obtenido a partir de las encuestas elaboradas por el Centro Universitario de Estudios Aplicados (CUESA) durante el curso académico 2015 / 2016 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 Personal de Administración y Servicios con la Universidad
- 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

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (Cód. 2164)

NA NUEVOS ALUMNOS DE GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Nuevos alumnos de primero matriculados durante el curso académico 2015/16 en el GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) de la URJC	
Tamaño Población objetivo	64 individuos	
Marco	Listado de alumnos por titulación. Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Selección de una asignatura obligatoria de cada grupo de primer curso y censo de los alumnos que se encuentran en el aula al realizar la encuesta	
Tamaño muestral	84,4%	
Cuestionario	Cuestionario de Nuevos Alumnos - Grados Presenciales	
Recogida información	Presencial (aula)	
Periodo de aplicación	Octubre - Noviembre 2015	
RESULTADOS		
NA.1 Perfil socioeconómico		
NA.1 - 1	Edad media de acceso a la Universidad (años)	19,26
NA.1 - 2	Porcentaje de hombres	44,4%
NA.1 - 3	Porcentaje de mujeres	55,6%
NA.1 - 4	Porcentaje de alumnos españoles	90,7%
NA.1 - 5	Porcentaje de alumnos extranjeros	9,3%
NA.1 - 6	Porcentaje de alumnos que han solicitado becas	68,5%
NA.2 Satisfacción con el proceso de matriculación		
NA.2 - 1	Grado de satisfacción con la disponibilidad de la información	3,02
NA.2 - 2	Grado de satisfacción con la claridad de las instrucciones	2,87
NA.2 - 3	Grado de satisfacción con el sistema de ayuda y consulta	2,81
NA.2 - 4	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web	3,57
NA.2 - 5	Grado de satisfacción global con el proceso de matriculación	3,56
NA.3 Valoración de la URJC (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)		
NA.3 - 1	Opinión de los nuevos alumnos sobre la URJC (escala de 1=muy mala a 5=muy buena)	3,44
NA.3 - 2	Porcentaje de alumnos que han asistido a las Jornadas de acogida	62,3%
NA.3 - 3	Valoración de la utilidad de las Jornadas de acogida (valoración de 1=utilidad muy baja o nula a 5=utilidad muy alta)	2,97

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (Cód. 2164)

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	55,6%

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (Cód. 2164)

VD.G VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC matriculados durante el curso académico 2015/16 en el GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES)	
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	94,4%	
Cuestionario	Cuestionario de Valoración Docente - Titulaciones Presenciales	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Diciembre 2015-Enero 2016 (primer semestre) / Mayo-Junio 2016 (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	3,77
VD.G.1 - 2	Se informa sobre los criterios de evaluación	3,78
VD.G.1 - 3	Se respetan los horarios	3,83
VD.G.1 - 4	Disponibilidad para atender al alumno	3,84
VD.G.1 - 5	Se aclaran las dudas	3,75
VD.G.1 - 6	Se explica con claridad	3,63
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	3,62
VD.G.1 - 9	La evaluación se ajusta a las especificaciones de la guía docente	3,76
VD.G.1 - 10	Se está satisfecho con la labor del profesor	3,64
VD.G.2 Resultados globales de la valoración docente		
VD.G.2 - 1	Resultados de la valoración docente de primer curso	3,71
VD.G.2 - 2	Resultados de la valoración docente de segundo curso	3,53
VD.G.2 - 3	Resultados de la valoración docente de tercer curso	3,90
VD.G.2 - 4	Resultados de la valoración docente de cuarto curso	
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	3,72

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (Cód. 2164)

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 $\geq 3,5$	44,4%
VD.G.4 - 2	Porcentaje de profesores de segundo curso con valoración $\geq 3,5$	63,6%
VD.G.4 - 3	Porcentaje de profesores de tercer curso con valoración $\geq 3,5$	75,0%
VD.G.4 - 4	Porcentaje de profesores de cuarto curso con valoración $\geq 3,5$	
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 $\geq 3,5$	62,5%

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (Cód. 2164)

SG.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que durante el curso académico 2015/16 continúan los estudios de GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) que iniciaron en el curso 2013/14	
Tamaño Población objetivo	42 individuos	
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	35,7%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Grado Presencial - Alumnos	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Marzo-Junio 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SG.A.1 Satisfacción con la organización de la enseñanza		
SG.A.1 - 1	Grado de satisfacción con la estructura del Plan de Estudios	2,73
SG.A.1 - 2	Grado de satisfacción con el número de horas de clase de las asignaturas que se imparten en la titulación	3,80
SG.A.1 - 3	Grado de satisfacción con la carga de trabajo	3,27
SG.A.1 - 4	Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas	2,73
SG.A.1 - 5	Grado de satisfacción global con la organización de la enseñanza	2,47
SG.A.2 Satisfacción con los servicios disponibles		
SG.A.2 - 1	Grado de satisfacción con la Secretaría del Campus	3,13
SG.A.2 - 2	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro	3,00
SG.A.2 - 3	Grado de satisfacción global con los servicios disponibles	3,07

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (Cód. 2164)

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	3,87
SG.A.3 - 2	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas	3,73
SG.A.3 - 3	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas de informática	3,57
SG.A.3 - 4	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas de informática	2,85
SG.A.3 - 5	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de los laboratorios	3,80
SG.A.3 - 6	Grado de satisfacción con el equipamiento de los laboratorios	3,75
SG.A.3 - 7	Grado de satisfacción con las condiciones de la biblioteca	3,80
SG.A.3 - 8	Grado de satisfacción con los recursos bibliográficos	3,14
SG.A.3 - 9	Grado de satisfacción global con los espacios de docencia y estudio	3,56
SG.A.4 Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos		
SG.A.4 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios	4,00
SG.A.5 Satisfacción con Aula Virtual		
SG.A.5 - 1	Grado de satisfacción con el funcionamiento general de la plataforma	3,87
SG.A.5 - 2	Grado de satisfacción con el aspecto, claridad y facilidad de uso de la plataforma	3,93
SG.A.5 - 3	Grado de satisfacción con el soporte y asistencia técnica	3,73
SG.A.5 - 4	Grado de satisfacción global con Aula Virtual	3,84
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	3,43
SG.A.6 - 2	Grado de satisfacción con la información disponible sobre el Grado	3,43
SG.A.6 - 3	Grado de satisfacción con la información disponible sobre becas y ayudas	3,00
SG.A.6 - 4	Grado de satisfacción global con la información disponible en la web de la Universidad	3,29
SG.A.7 Satisfacción con los procedimientos administrativos		
SG.A.7 - 1	Grado de satisfacción con el proceso de matriculación	3,73
SG.A.7 - 2	Grado de satisfacción con los procedimientos de sugerencias y reclamaciones	2,71
SG.A.7 - 3	Grado de satisfacción global con los procedimientos administrativos	3,22

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (Cód. 2164)

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	2,31
SG.A.8 - 2	Grado de satisfacción con la labor de orientación y apoyo desarrollada por el Tutor Integral	2,15
SG.A.8 - 3	Grado de satisfacción global con las labores de orientación y apoyo	2,23
SG.A.9		Satisfacción con la vida universitaria
SG.A.9 - 1	Grado de satisfacción con las actividades deportivas	2,86
SG.A.9 - 2	Grado de satisfacción con las actividades culturales	2,82
SG.A.9 - 3	Grado de satisfacción con las actividades de cooperación y solidaridad	3,27
SG.A.9 - 4	Grado de satisfacción global con la vida universitaria	2,98
SG.A.10		Satisfacción global
SG.A.10 - 1	Grado de satisfacción global con la Titulación	2,87
SG.A.10 - 2	Grado de satisfacción global con el Centro	3,33
SG.A.10 - 3	Grado de satisfacción global con los servicios de la Universidad	3,13

SG.E SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL GRADO	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2014/15 han egresado del GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES)
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad
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
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Mayo -Junio 2016
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	Grado de satisfacción con la organización del Plan de Estudios para la adquisición del perfil de egreso
SG.E.1 - 2	Grado de 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
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 GRADO	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2014/15 han egresado del GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES)
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad
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
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Mayo -Junio 2016
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 (Nº activos/población total) un año después del egreso
IL.G.1 - 4	Tasa de empleo (Nº empleados/población total) un año después del egreso
IL.G.1 - 5	Tasa de paro (Nº desempleados/Nº activos) un año después del egreso
IL.G.1 - 6	Tasa de asalarización (Nº asalariados/Nº empleados) un año después del egreso
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 INSERCIÓN LABORAL GRADO	
IL.G.3	Satisfacción con el primer empleo
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 GRADO. SEGUNDO AÑO POSTERIOR AL EGRESO	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2013/14 egresaron del GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) y contestaron a la encuesta Inserción Laboral Grado 2015
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad
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
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Mayo-Junio 2016
RESULTADOS	
TP.G.1.1 Trayectoria laboral durante el SEGUNDO año posterior al egreso	
TP.G.1 - 1	Porcentaje de titulados que han trabajado alguna vez desde la graduación, dos años después del egreso
TP.G.1 - 2	Porcentaje de titulados activos que han trabajado alguna vez desde la graduación, dos años después del egreso
TP.G.1 - 3	Tasa de actividad (Nº activos/población total) dos años después del egreso
TP.G.1 - 4	Tasa de empleo (Nº empleados/población total) dos años después del egreso
TP.G.1 - 5	Tasa de paro (Nº desempleados/Nº activos) dos años después del egreso
TP.G.1 - 6	Tasa de asalarización (Nº asalariados/Nº empleados) dos años después del egreso
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, dos años después del egreso
TP.G.2.1 Relación entre los estudios cursados y el empleo del titulado durante el SEGUNDO año posterior al egreso	
TP.G.2 - 1	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar, dos años después del egreso
TP.G.2 - 2	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria, dos años después del egreso

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 (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
TP.G.3 - 2	Grado de satisfacción, dos años después del egreso, con las perspectivas de futuro del empleo actual
TP.G.3 - 3	Grado de satisfacción, dos años después del egreso, con el salario del empleo actual
TP.G.3 - 4	Grado de satisfacción, dos años después del egreso, con las posibilidades de promoción del empleo (asalariados) actual
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
TP.G.3 - 6	Grado de satisfacción global con el empleo, dos años después del egreso

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (Cód. 2164)

AB CAUSAS DE ABANDONO		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2014/15 han abandonado sus estudios de GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES)	
Tamaño Población objetivo	17 individuos	
Marco	Base de datos Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento	
Tamaño muestral	100,0% sobre 16 individuos posibles	
Cuestionario	Cuestionario de Abandono	
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)	
Periodo de aplicación	Abril 2016	
RESULTADOS		
AB.5 Distribución del abandono		
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	81,3%
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	0,0%
AB.5 - 2	Porcentaje de alumnos que abandonan por cambio a otra titulación de la URJC	6,3%
AB.5 - 3	Porcentaje de alumnos que abandonan por cambio a otra Universidad	6,3%
AB.5 - 4	Porcentaje de alumnos que abandonan los estudios universitarios	6,3%
AB.1 Motivación		
AB.1 - 1	Porcentaje de alumnos que abandonan la titulación que la habrían escogido si no hubiesen existido restricciones	0,0%
AB.2 Dificultades: importancia en la decisión de dejar los estudios universitarios		
AB.2 - 1	Grado de importancia de la falta de tiempo para el estudio	1,00
AB.2 - 2	Grado de importancia de las dificultades con algunas asignaturas de la carrera	1,00
AB.2 - 3	Grado de importancia de las dificultades para asistir a clase u otros eventos programados	1,00
AB.2 - 4	Grado de importancia de las dificultades económicas	1,00
AB.2 - 5	Grado de importancia de la falta de motivación	5,00

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (Cód. 2164)

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	100,0%
AB.3 - 2	Porcentaje de alumnos que abandonan por incompatibilidad con el trabajo u otros estudios	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	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.4 Valoración de la URJC		
AB.4 - 1	Opinión sobre la URJC de los alumnos que abandonan la titulación (valoración de 1=muy mala a 5=muy buena)	3,33
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	100,0%

SG.PDI SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Profesores de la URJC que en el curso académico 2015/16 imparten clase en los grupos de docencia propios del GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES), siendo estos mayoritarios	
Tamaño Población objetivo	29 individuos	
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	13,8%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción del Profesorado con el Grado (Presencial)	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Marzo-Mayo 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SG.PDI.3 Satisfacción con la organización de la enseñanza		
SG.PDI.1 - 1	Grado de satisfacción con la organización del Plan de Estudios	4,50
SG.PDI.1 - 2	Grado de satisfacción con el número de horas de clase de las asignaturas que se imparten en la titulación	4,50
SG.PDI.1 - 3	Grado de satisfacción con la carga de trabajo del estudiante	4,50
SG.PDI.1 - 4	Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas por los estudiantes	4,75
SG.PDI.1 - 5	Grado de satisfacción con la coordinación docente	4,50
SG.PDI.1 - 6	Grado de satisfacción global con la organización de la enseñanza	4,50
SG.PDI.4 Satisfacción con otros aspectos relacionados con el proceso formativo		
SG.PDI.1 - 7	Grado de satisfacción con la información publicada sobre el Grado en la web de la Universidad	4,50
SG.PDI.1 - 8	Grado de satisfacción con las acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad	4,50
SG.PDI.1 - 9	Grado de satisfacción con los recursos materiales	4,50
SG.PDI.2 Satisfacción global		
SG.PDI.2 - 1	Grado de satisfacción global con la Titulación	4,50

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (Cód. 2164)

SCU.PDI SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL CAMPUS Y UNIVERSIDAD (GRADO PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Profesores de la URJC que durante el curso académico 2015/16 imparten docencia en un grado presencial del CAMPUS DE MÓSTOLES	
Tamaño Población objetivo	493 individuos	
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Docencia, Ordenación Académica y Títulos	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	41,2%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción del Profesorado con el Campus y la Universidad - Grados Presenciales	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Marzo-Junio 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SCU.PDI.5 Satisfacción con los servicios del Campus de Móstoles		
SCU.PDI.5 - 1	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro (Móstoles)	4,24
SCU.PDI.5 - 2	Grado de satisfacción con la gestión del Campus de Móstoles (Gerencia)	3,78
SCU.PDI.6 Satisfacción con las instalaciones e infraestructuras de Móstoles		
SCU.PDI.6 - 1	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas (Móstoles)	3,94
SCU.PDI.6 - 2	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas (Móstoles)	4,24
SCU.PDI.6 - 3	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas de informática (Móstoles)	3,76
SCU.PDI.6 - 4	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas de informática (Móstoles)	3,50
SCU.PDI.6 - 5	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de los laboratorios (Móstoles)	--
SCU.PDI.6 - 6	Grado de satisfacción con el equipamiento de los laboratorios (Móstoles)	--
SCU.PDI.6 - 7	Grado de satisfacción con las condiciones de la biblioteca (Móstoles)	4,38
SCU.PDI.6 - 8	Grado de satisfacción con los recursos bibliográficos (Móstoles)	3,89
SCU.PDI.6 - 9	Grado de satisfacción global con el Campus de Móstoles	3,95
SCU.PDI.11 Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos de la URJC		
SCU.PDI.11 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios	3,96
SCU.PDI.11 - 2	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web	3,21

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (Cód. 2164)

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	4,08
SCU.PDI.12 - 2	Grado de satisfacción con el aspecto, claridad y facilidad de uso de la plataforma	3,88
SCU.PDI.12 - 3	Grado de satisfacción con los cursos y actividades formativas de Aula Virtual	3,98
SCU.PDI.12 - 4	Grado de satisfacción con el soporte y asistencia del equipo técnico (asesores técnico-docentes) de Aula Virtual	4,12
SCU.PDI.12 - 5	Grado de satisfacción con la información y recursos disponibles en la web de Aula Virtual y URJC Online	3,95
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	3,37

PM.IN SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ALUMNOS ENTRANTES	
FICHA TÉCNICA	
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 (MÓSTOLES) en el curso académico 2015/16
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Unidad de Relaciones Internacionales y Base de datos Secretaría de la Universidad
Método de selección	Censal
Tamaño muestral	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Programa de Movilidad - Alumnos Entrantes
Recogida información	Online
Periodo de aplicación	Noviembre 2015-Julio 2016
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)
PM.IN.1 Satisfacción con la información previa facilitada por la URJC	
PM.IN.1 - 1	Grado de satisfacción con la información facilitada por la oficina de RRII de la URJC
PM.IN.1 - 2	Grado de satisfacción con la información facilitada sobre los trámites necesarios previos a la llegada del alumno a la URJC
PM.IN.1 - 3	Grado de satisfacción con la información necesaria para cumplimentar el learning, agreement
PM.IN.1 - 4	Grado de satisfacción con la información disponible en la página web de la URJC
PM.IN.1 - 5	Grado de satisfacción con la atención recibida por la Asociación de alumnos internacionales
PM.IN.2 Satisfacción con la calidad académica	
PM.IN.2 - 1	Grado de satisfacción con el personal docente de la URJC
PM.IN.2 - 2	Grado de satisfacción con la oferta docente de la URJC
PM.IN.2 - 3	Grado de satisfacción con los cursos que siguió el estudiante en la URJC (metodología, nivel de enseñanza, contenidos, etc.)
PM.IN.2 - 4	Grado de satisfacción con el material de estudio proporcionado por la URJC

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
PM.IN.3 - 2	Grado de satisfacción con el apoyo académico recibido de la institución URJC
PM.IN.3 - 3	Grado de satisfacción con la atención recibida por parte de la oficina de RRII de la URJC
PM.IN.3 - 4	Grado de satisfacción con la atención recibida por parte del coordinador académico de la URJC
PM.IN.3 - 5	Grado de satisfacción con el grado de integración con los estudiantes de la URJC
PM.IN.3 - 6	Grado de satisfacción con el acceso a bibliotecas y a material de estudio en la URJC
PM.IN.3 - 7	Grado de satisfacción con el acceso a recursos informáticos (ordenadores, red, etc.) en la URJC
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

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (Cód. 2164)

PM.OUT SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ALUMNOS SALIENTES		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC matriculados en el GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) que en el curso académico 2015/16 a través de los programas ERASMUS o MUNDE han cursado estudios en universidades extranjeras	
Tamaño Población objetivo	1 individuos	
Marco	Base de Datos Unidad de Relaciones Internacionales	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	0,0% (NO HAY RESPUESTAS)	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Programa de Movilidad - Alumnos Salientes	
Recogida información	Telefónica	
Periodo de aplicación	Noviembre 2015-Julio 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
PM.OUT.1 Satisfacción con el Coordinador académico de la URJC		
PM.OUT.1 - 1	Grado de satisfacción con el asesoramiento en la elección de destino y universidad	N/A
PM.OUT.1 - 2	Grado de satisfacción con el asesoramiento en la elaboración del Learning Agreement y el Acuerdo de Equivalencias	N/A
PM.OUT.1 - 3	Grado de satisfacción con la facilidad para contactar con el coordinador	N/A
PM.OUT.1 - 4	Grado de satisfacción con la rapidez en la gestión de las consultas	N/A
PM.OUT.1 - 5	Grado de satisfacción general con la atención recibida por parte del Coordinador académico	N/A
PM.OUT.2 Satisfacción con la Oficina de Relaciones Internacionales de la URJC		
PM.OUT.2 - 1	Grado de satisfacción con la facilidad para encontrar la información de la Oficina de RRII en la página web	N/A
PM.OUT.2 - 2	Grado de satisfacción con la utilidad de la información facilitada por la URJC	N/A
PM.OUT.2 - 3	Grado de satisfacción con la atención recibida en la Oficina de Relaciones Internacionales de la URJC	N/A
PM.OUT.3 Satisfacción con la calidad académica de la institución de destino		
PM.OUT.3 - 1	Grado de satisfacción con el personal docente de la institución de acogida	N/A
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.)	N/A
PM.OUT.3 - 3	Grado de satisfacción con el material de estudio proporcionado por la institución de acogida	N/A

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (Cód. 2164)

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	N/A
PM.OUT.4 - 2	Grado de satisfacción con el apoyo académico recibido de la institución de acogida	N/A
PM.OUT.4 - 3	Grado de satisfacción con la atención recibida por parte de la oficina de Relaciones Internacionales de acogida	N/A
PM.OUT.4 - 4	Grado de satisfacción con el grado de integración con los estudiantes locales en la institución de acogida	N/A
PM.OUT.4 - 5	Grado de satisfacción con el acceso a bibliotecas y a material de estudio en la institución de acogida	N/A
PM.OUT.4 - 6	Grado de satisfacción con el acceso a recursos informáticos (ordenadores, red, etc.) en la institución de acogida	N/A
PM.OUT.5 Satisfacción con la experiencia personal		
PM.OUT.5 - 1	Grado de satisfacción con los conocimientos académicos adquiridos	N/A
PM.OUT.5 - 2	Grado de satisfacción con la mejora en la capacidad de decisión	N/A
PM.OUT.5 - 3	Grado de satisfacción con la mejora de competencias interculturales	N/A
PM.OUT.5 - 4	Grado de satisfacción con la mejora del dominio lingüístico	N/A
PM.OUT.5 - 5	Grado de satisfacción con la mejora de la autoconfianza	N/A
PM.OUT.5 - 6	Grado de satisfacción con la mejora en el grado de independencia	N/A
PM.OUT.5 - 7	Grado de satisfacción con la madurez adquirida	N/A
PM.OUT.6 Satisfacción global con la estancia en la institución de destino		
PM.OUT.6 - 1	Grado de satisfacción global con la estancia	N/A

GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) (Cód. 2164)

SU.PAS SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON LA UNIVERSIDAD		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Personal de administración y servicios que durante el curso académico 2015/16 prestan sus servicios en la URJC	
Tamaño Población objetivo	603 individuos	
Marco	Base de datos Gerencia General	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	51,9%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción de Personal de Administración y Servicios con la Universidad	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Marzo - Mayo 2016	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SU.PAS.1	Satisfacción con las instalaciones e infraestructuras de la URJC	
SU.PAS.1 - 1	Grado de satisfacción con las condiciones de los espacios de trabajo	3,92
SU.PAS.1 - 2	Grado de satisfacción con los recursos materiales	3,97
SU.PAS.2	Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos de la URJC	
SU.PAS.2 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios	3,96
SU.PAS.2 - 2	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web	3,35
SU.PAS.3	Satisfacción con los servicios y procedimientos de la URJC	
SU.PAS.3 - 1	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro	3,96
SU.PAS.3 - 2	Grado de satisfacción con los procedimientos de sugerencias y reclamaciones	3,63
SU.PAS.3 - 3	Grado de satisfacción con los aspectos organizativos de la docencia que afectan a sus tareas	3,51
SU.PAS.4	Satisfacción con la relación con otros colectivos de la URJC	
SU.PAS.4 - 1	Grado de satisfacción con su relación con otras unidades administrativas o de servicios	4,07
SU.PAS.4 - 2	Grado de satisfacción con su relación con el profesorado	3,99
SU.PAS.4 - 3	Grado de satisfacción con su relación con el alumnado	4,02
SU.PAS.5	Satisfacción con las funciones encomendadas	
SU.PAS.5 - 1	Grado de satisfacción con la adecuación de su puesto de trabajo y las tareas encomendadas a su capacitación profesional	3,87
SU.PAS.6	Satisfacción global	
SU.PAS.6 - 1	Grado de satisfacción global con los servicios de la Universidad	3,85

PE.AG PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que cursan estudios de GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) y durante el curso académico 2015/16 han realizado prácticas externas en empresas
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado
Método de selección	Censal
Tamaño muestral	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas Externas - Alumnos de Grado
Recogida información	Online
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2016
RESULTADOS	
PE.AG.1	Características de las prácticas
PE.AG.1 - 1	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido demasiado corta
PE.AG.1 - 2	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido corta
PE.AG.1 - 3	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido adecuada
PE.AG.1 - 4	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido larga
PE.AG.1 - 5	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido demasiado larga
PE.AG.1 - 6	Grado de afinidad de las prácticas con los estudios cursados (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)
PE.AG.2	Inserción laboral
PE.AG.2 - 1	Porcentaje de alumnos que han conseguido un contrato de trabajo mediante las prácticas
PE.AG.2 - 2	Porcentaje de alumnos para los que las prácticas han aumentado sus expectativas de obtener un trabajo
PE.AG.3	Satisfacción con las competencias adquiridas (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)
PE.AG.3 - 1	Grado de satisfacción con las competencias profesionales adquiridas o desarrolladas
PE.AG.3 - 2	Grado de satisfacción con la preparación adquirida para la futura inserción del alumno en el mundo laboral
PE.AG.3 - 3	Grado de satisfacción global con las competencias adquiridas

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

PE.T PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL TUTOR EXTERNO	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Tutores externos de los alumnos del GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) de la URJC que durante el curso académico 2015/16 han realizado prácticas en empresas
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado
Método de selección	Censal
Tamaño muestral	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas Externas de Grado - Tutor Externo y Empleadores
Recogida información	Online
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2016
RESULTADOS	
PE.T.1 Características de las prácticas	
PE.T.1 - 1	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido demasiado corta
PE.T.1 - 2	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido corta
PE.T.1 - 3	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido adecuada
PE.T.1 - 4	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido larga
PE.T.1 - 5	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido demasiado larga
PE.T.1 - 6	Grado de afinidad de las prácticas con la titulación del estudiante (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)
PE.T.2 Adaptación y competencias adquiridas (valoración de 1=completamente en desacuerdo a 5=completamente de acuerdo)	
PE.T.2 - 1	Las prácticas han permitido al estudiante la adquisición y desarrollo de competencias profesionales
PE.T.2 - 2	Las prácticas han permitido al estudiante mejorar su preparación para su futura inserción en el mundo laboral
PE.T.2 - 3	Valoración global de la adaptación y competencias adquiridas por el estudiante con las prácticas

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

PE.E PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Empleadores de los alumnos del GRADO EN MARKETING (MÓSTOLES) de la URJC que durante el curso académico 2015/16 han realizado prácticas externas en empresas
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado
Método de selección	Censal
Tamaño muestral	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas Externas - Tutor Externo y Empleadores
Recogida información	Online
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2016
RESULTADOS	
PE.E.1	Capacidad de los estudiantes en relación a los conocimientos adquiridos y competencias desarrolladas a lo largo de sus estudios universitarios
PE.E.1 - 1	Valoración de la capacidad para adquirir nuevos conocimientos
PE.E.1 - 2	Valoración de la capacidad para usar el tiempo de forma adecuada
PE.E.1 - 3	Valoración de la capacidad para hacerse entender
PE.E.1 - 4	Valoración de la capacidad para trabajar en equipo
PE.E.1 - 5	Valoración de la capacidad para encontrar nuevas ideas y soluciones
PE.E.1 - 6	Valoración de la capacidad para utilizar herramientas informáticas
PE.E.1 - 7	Valoración de la capacidad para comunicarse en idiomas extranjeros
PE.E.2	Preparación global de los estudiantes para desarrollar un trabajo
PE.E.2 - 1	Valoración global de la preparación global de los estudiantes para desarrollar los trabajos asignados en la empresa del empleador
PE.E.2 - 2	Valoración de la preparación global de los estudiantes para desarrollar trabajos relacionados con la titulación (en cualquier empresa)
PE.E.3	Satisfacción con los conocimientos adquiridos y las competencias desarrolladas por los estudiantes
PE.E.3 - 1	Grado de satisfacción con los conocimientos adquiridos y las competencias desarrolladas por los estudiantes