



Universidad
Rey Juan Carlos

Vicerrectorado de
Calidad y Estrategia

**PLAN GENERAL DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN
INDICADORES DE ENCUESTAS
MÁSTERES PRESENCIALES
2021 / 2022**

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL
(Cód. 6305)**

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL (CÓD. 6305)

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 MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL . Los indicadores de la vigente campaña reflejan los siguientes puntos de interés:

PA.M	PERFIL DE LOS ALUMNOS DE MÁSTER (PRESENCIAL)
SM.A	SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL MÁSTER
VD.M	VALORACIÓN DOCENTE MÁSTER (PRESENCIAL)
IL.M	INSERCIÓN LABORAL MÁSTER
SM.E	SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL MÁSTER
PE.AM	PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS (ALUMNOS DE MÁSTER)
PE.TM	PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DEL TUTOR EXTERNO (ALUMNOS DE MÁSTER)
PE.EM	PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES (ALUMNOS DE MÁSTER)
SM.PDI	SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL MÁSTER (PRESENCIAL)
S.TFM	SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL TRABAJO FIN DE MÁSTER
SU.PAS	SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON LA UNIVERSIDAD

Los datos se han obtenido a partir de las encuestas elaboradas por el Vicerrectorado de Calidad y Estrategia en colaboración con el Centro Universitario de Estudios Aplicados (CUESA) durante el curso académico 2021 / 2022 conforme al mencionado Plan General de Recogida de Información y que se relacionan a continuación:

- Satisfacción de los Estudiantes con el Máster (Presencial)
- Valoración Docente. Másteres Presenciales
- Inserción Laboral. Máster
- Satisfacción del Estudiante de Máster en Prácticas para la Evaluación de las Prácticas Externas
- Satisfacción del Tutor Externo para la Evaluación de las Prácticas Externas de Máster
- Satisfacción de los Empleadores para la Evaluación de las Prácticas Externas de Máster
- Satisfacción del Profesorado con el Máster (Presencial)
- Satisfacción de los Estudiantes con el Trabajo Fin de Máster
- Satisfacción del Personal de Administración y Servicios con la Universidad

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL (Cód. 6305)

P.A.M		PERFIL DE LOS ALUMNOS DE MÁSTER (PRESENCIAL)	
FICHA TÉCNICA			
Población objetivo	Alumnos de nuevo ingreso en el curso académico 2021/22 en el MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL de la URJC		
Tamaño Población objetivo	26 individuos		
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad		
Método de selección	Censal		
Tamaño muestral	84,6%		
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Máster Presencial - Alumnos		
Recogida información	En línea		
Periodo de aplicación	Mayo - Septiembre 2022		
RESULTADOS			
P.A.M.1		Perfil socioeconómico	
PA.M.1 - 1	Edad media de los alumnos de máster (años)		24,86
PA.M.1 - 2	Porcentaje de hombres		31,8%
PA.M.1 - 3	Porcentaje de mujeres		68,2%
PA.M.1 - 4	Porcentaje de alumnos españoles		63,6%
PA.M.1 - 5	Porcentaje de alumnos extranjeros		36,4%
PA.M.1 - 6	Porcentaje de alumnos de máster que han solicitado beca		45,5%

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL (Cód. 6305)

VD.M VALORACIÓN DOCENTE MÁSTER (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos matriculados durante el curso académico 2021/22 en el MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL de la URJC	
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	60,6%	
Cuestionario	Cuestionario de Valoración Docente Titulaciones Presenciales	
Recogida información	En línea	
Periodo de aplicación	Diciembre 2021 - Febrero 2022 (primer semestre) / Mayo - Junio 2022 (segundo semestre)	
RESULTADOS	Grado de acuerdo con aspectos docentes (valoración de 1 = completamente en desacuerdo a 5 = completamente de acuerdo)	
VD.M.5	Grado de implicación de los estudiantes	
VD.M.5 - 1	Porcentaje de estudiantes con una asistencia a clase superior al 25%	99,8%
VD.M.1	Resultados de la valoración docente (sobre estudiantes con asistencia a clase >25%)	
VD.M.1 - 1	Se explica la guía docente	4,57
VD.M.1 - 2	Se informa sobre los criterios evaluación	4,54
VD.M.1 - 3	Se respetan los horarios	4,59
VD.M.1 - 4	Disponibilidad para atender al alumno	4,55
VD.M.1 - 5	Se aclaran las dudas	4,50
VD.M.1 - 6	Se explica con claridad	4,43
VD.M.1 - 7	Las actividades docentes se ajustan a lo establecido en la guía	4,45
VD.M.1 - 8	Se facilita el seguimiento y el aprendizaje	4,35
VD.M.1 - 9	La evaluación se ajusta a las especificaciones de la guía docente	4,44
VD.M.1 - 10	Se está satisfecho con la labor del profesor	4,37
VD.M.2	Resultados globales de la valoración docente (sobre estudiantes con asistencia a clase >25%)	
VD.M.2 - 1	Resultado de la valoración docente del Máster	4,46
VD.M.4	Porcentaje de profesores con valoración $\geq 3,5$	
VD.M.4 - 1	Porcentaje de profesores del Máster con valoración $\geq 3,5$	100,0%

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL (Cód. 6305)

SM.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL MÁSTER		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de nuevo ingreso en el curso académico 2021/22 en el MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL de la URJC	
Tamaño Población objetivo	26 individuos	
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	84,6%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Máster Presencial - Alumnos	
Recogida información	En línea	
Periodo de aplicación	Mayo - Septiembre 2022	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SM.A.1	Satisfacción con la organización de la enseñanza	
SM.A.1 - 1	Grado de satisfacción con la estructura del Plan de Estudios	3,68
SM.A.1 - 2	Grado de satisfacción con el número de horas de clase de las asignaturas que se imparten en la titulación	4,09
SM.A.1 - 3	Grado de satisfacción con la carga de trabajo	3,95
SM.A.1 - 4	Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas	3,68
SM.A.1 - 5	Grado de satisfacción global con la organización de la enseñanza	3,82
SM.A.2	Satisfacción con los servicios disponibles	
SM.A.2 - 1	Grado de satisfacción con la Secretaría del Campus	3,38
SM.A.2 - 2	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro	3,68
SM.A.2 - 3	Grado de satisfacción global con los servicios disponibles	3,53
SM.A.3	Satisfacción con los espacios de docencia y estudio	
SM.A.3 - 1	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas	4,27
SM.A.3 - 2	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas	4,27
SM.A.3 - 3	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas de informática	4,33
SM.A.3 - 4	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas de informática	4,33
SM.A.3 - 5	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de los laboratorios	--
SM.A.3 - 6	Grado de satisfacción con el equipamiento de los laboratorios	--
SM.A.3 - 7	Grado de satisfacción con las condiciones de la biblioteca	4,38
SM.A.3 - 8	Grado de satisfacción con los recursos bibliográficos	4,06

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL (Cód. 6305)

SM.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL MÁSTER		
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SM.A.3	Satisfacción con los espacios de docencia y estudio	
SM.A.3 - 9	Grado de satisfacción global con los espacios de docencia y estudio	4,27
SM.A.4	Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos	
SM.A.4 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios	4,09
SM.A.5	Satisfacción con Aula Virtual	
SM.A.5 - 1	Grado de satisfacción con el funcionamiento general de la plataforma	4,05
SM.A.5 - 2	Grado de satisfacción con el aspecto, claridad y facilidad de uso de la plataforma	3,95
SM.A.5 - 3	Grado de satisfacción con el soporte y asistencia técnica	3,90
SM.A.5 - 4	Grado de satisfacción global con Aula Virtual	3,97
SM.A.6	Satisfacción con la información disponible en la web de la Universidad	
SM.A.6 - 1	Grado de satisfacción con la información disponible sobre el Plan de Estudios	4,00
SM.A.6 - 2	Grado de satisfacción con la información disponible sobre el Máster	3,95
SM.A.6 - 3	Grado de satisfacción global con la información disponible en la web de la Universidad	3,98
SM.A.7	Satisfacción con los procedimientos administrativos	
SM.A.7 - 1	Grado de satisfacción con el proceso de matriculación	3,95
SM.A.7 - 2	Grado de satisfacción con los procedimientos de sugerencias y reclamaciones	3,70
SM.A.7 - 3	Grado de satisfacción global con los procedimientos administrativos	3,83
SM.A.8	Satisfacción con la atención recibida	
SM.A.8 - 1	Grado de satisfacción con la labor de orientación y apoyo desarrollada por la Dirección del Máster	3,86
SM.A.9	Satisfacción global	
SM.A.9 - 1	Grado de satisfacción global con el Máster	3,77
SM.A.9 - 2	Grado de satisfacción global con los servicios de la Universidad	3,64

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL (Cód. 6305)

SM.E SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL MÁSTER		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2020/21 han egresado del MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL	
Tamaño Población objetivo	4 individuos	
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento. Para determinar el tamaño muestral solo se consideran aquellos individuos con los que es posible comunicar, se descartan de la población individuos sin teléfono o con teléfono erróneo.	
Tamaño muestral	50,0% sobre 4 individuos con los que es posible comunicar	
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral - Máster	
Recogida información	Telefónica	
Periodo de aplicación	Noviembre 2022	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SM.E.1	Satisfacción con la organización de la enseñanza	
SM.E.1 - 1	Grado de satisfacción con la organización del Plan de Estudios para la adquisición del perfil de egreso	4,00
SM.E.1 - 2	Grado de satisfacción con los conocimientos adquiridos y competencias desarrolladas	4,00
SM.E.2	Satisfacción global con la formación	
SM.E.2 - 1	Grado de satisfacción global con el Máster	3,50

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL (Cód. 6305)

IL.M		INSERCIÓN LABORAL MÁSTER	
FICHA TÉCNICA			
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2020/21 han egresado del MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL		
Tamaño Población objetivo	4 individuos		
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad		
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento. Para determinar el tamaño muestral solo se consideran aquellos individuos con los que es posible comunicar, se descartan de la población individuos sin teléfono o con teléfono erróneo.		
Tamaño muestral	50,0% sobre 4 individuos con los que es posible comunicar		
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral - Máster		
Recogida información	Telefónica		
Periodo de aplicación	Noviembre 2022		
RESULTADOS			
IL.M.1		Situación laboral un año después de la finalización del Máster	
ILM.1 - 1	Tasa de actividad (Nº activos/población total) un año después de finalizar el Máster		100,0%
ILM.1 - 2	Tasa de empleo (Nº empleados/población total) un año después de finalizar el Máster		100,0%
ILM.1 - 3	Tasa de paro (Nº desempleados/Nº activos) un año después de finalizar el Máster		0,0%
IL.M.2		Utilidad del máster para mejorar las condiciones laborales (encontrar empleo, mejoras económicas...) (valoración de 1=utilidad muy baja o nula a 5=utilidad muy alta)	
ILM.2 - 1	Porcentaje de titulados activos que mejoran su situación laboral con el Máster		50,0%
ILM.2 - 2	Utilidad del Máster para mejorar las condiciones laborales (titulados empleados actualmente)		3,50
ILM.2 - 3	Utilidad del Máster para encontrar trabajo (titulados activos desempleados actualmente)		--

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL (Cód. 6305)

PE.AM		PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS (ALUMNOS DE MÁSTER)
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Estudiantes del MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL de la URJC que han realizado prácticas curriculares en empresas y se les ha calificado la asignatura entre el 01/09/2021 y el 31/08/2022	
Tamaño Población objetivo	21 individuos	
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	100,0%	
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas Externas - Alumnos de Máster	
Recogida información	En línea	
Periodo de aplicación	Septiembre 2021 - Agosto 2022	
RESULTADOS		
PE.AM.1	Características de las prácticas	
PE.AM.1 - 1	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido demasiado corta	9,5%
PE.AM.1 - 2	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido corta	19,0%
PE.AM.1 - 3	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido adecuada	71,4%
PE.AM.1 - 4	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido larga	0,0%
PE.AM.1 - 5	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido demasiado larga	0,0%
PE.AM.1 - 6	Grado de afinidad de las prácticas con los estudios cursados (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)	4,00
PE.AM.2	Inserción laboral	
PE.AM.2 - 1	Porcentaje de alumnos que han conseguido un contrato de trabajo mediante las prácticas del Máster	28,6%
PE.AM.2 - 2	Porcentaje de alumnos para los que las prácticas del máster han aumentado sus expectativas de obtener un trabajo	95,2%
PE.AM.3	Satisfacción con las competencias adquiridas (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	
PE.AM.3 - 1	Grado de satisfacción con las competencias profesionales adquiridas o desarrolladas	4,24
PE.AM.3 - 2	Grado de satisfacción con la preparación adquirida para la futura inserción del alumno en el mundo laboral	4,24
PE.AM.3 - 3	Grado de satisfacción global con las competencias adquiridas	4,24

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL (Cód. 6305)

PE.AM PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS (ALUMNOS DE MÁSTER)		
RESULTADOS		
PE.AM.4	Satisfacción con la gestión de las prácticas y responsables (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	
PE.AM.4 - 1	Grado de satisfacción con la información recibida	4,14
PE.AM.4 - 2	Grado de satisfacción con la gestión administrativa (trámites, documentación,...)	3,95
PE.AM.4 - 3	Grado de satisfacción con la atención prestada por el tutor académico en la Universidad	4,35
PE.AM.4 - 4	Grado de satisfacción con los sistemas de evaluación aplicados	4,43
PE.AM.4 - 5	Grado de satisfacción global con la gestión de las prácticas y responsables	4,22
PE.AM.5	Satisfacción global (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	
PE.AM.5 - 1	Grado de satisfacción global con las prácticas externas	4,38

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL (Cód. 6305)

PE.TM PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DEL TUTOR EXTERNO (ALUMNOS DE MÁSTER)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Tutores externos de los alumnos del MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL de la URJC que han realizado prácticas curriculares en empresas y se les ha calificado la asignatura entre el 01/09/21 y el 31/08/2022	
Tamaño Población objetivo	21 individuos	
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	9,5%	
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas externas Máster - Tutor Externo y Empleadores	
Recogida información	En línea	
Periodo de aplicación	Septiembre 2021 - Agosto 2022	
RESULTADOS		
PE.TM.1	Características de las prácticas	
PE.TM.1 - 1	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido demasiado corta	0,0%
PE.TM.1 - 2	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido corta	50,0%
PE.TM.1 - 3	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido adecuada	50,0%
PE.TM.1 - 4	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido larga	0,0%
PE.TM.1 - 5	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido demasiado larga	0,0%
PE.TM.1 - 6	Grado de afinidad de las prácticas con la titulación del estudiante (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)	5,00
PE.TM.2	Adaptación y competencias adquiridas (valoración de 1=completamente en desacuerdo a 5=completamente de acuerdo)	
PE.TM.2 - 1	Las prácticas han permitido al estudiante la adquisición y desarrollo de competencias profesionales	4,50
PE.TM.2 - 2	Las prácticas han permitido al estudiante mejorar su preparación para su futura inserción en el mundo laboral	4,50
PE.TM.2 - 3	Valoración global de la adaptación y competencias adquiridas por el estudiante con las prácticas	4,50
PE.TM.3	Satisfacción con la gestión de las prácticas y responsables (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	
PE.TM.3 - 1	Grado de satisfacción del tutor externo con la información recibida	4,50

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL (Cód. 6305)

PE.TM PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DEL TUTOR EXTERNO (ALUMNOS DE MÁSTER)		
RESULTADOS		
PE.TM.3	Satisfacción con la gestión de las prácticas y responsables (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	
PE.TM.3 - 2	Grado de satisfacción del tutor externo con la gestión administrativa (trámites, documentación,...)	5,00
PE.TM.3 - 3	Grado de satisfacción del tutor externo con la atención prestada por el Tutor Académico en la Universidad	5,00
PE.TM.3 - 4	Grado de satisfacción del tutor externo con los sistemas de evaluación aplicados	5,00
PE.TM.3 - 5	Grado de satisfacción global del tutor externo con la gestión de las prácticas y responsables	4,88
PE.TM.4	Satisfacción global (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	
PE.TM.4 - 1	Grado de satisfacción global con las prácticas externas	5,00

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL (Cód. 6305)

PE.EM PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES (ALUMNOS DE MÁSTER)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Empleadores de los alumnos del MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL de la URJC que han realizado prácticas curriculares en empresas y se les ha calificado la asignatura entre el 01/09/2021 y el 31/08/2022	
Tamaño Población objetivo	21 individuos	
Marco	Base de datos de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	9,5%	
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas externas Máster - Tutor Externo y Empleadores	
Recogida información	En línea	
Periodo de aplicación	Septiembre 2021 - Agosto 2022	
RESULTADOS		
PE.EM.1	Capacidad de los estudiantes en relación a los conocimientos adquiridos y competencias desarrolladas a lo largo de sus estudios universitarios	
PE.EM.1 - 1	Valoración de la capacidad para adquirir nuevos conocimientos	5,00
PE.EM.1 - 2	Valoración de la capacidad para usar el tiempo de forma adecuada	4,50
PE.EM.1 - 3	Valoración de la capacidad para hacerse entender	4,50
PE.EM.1 - 4	Valoración de la capacidad para trabajar en equipo	5,00
PE.EM.1 - 5	Valoración de la capacidad para encontrar nuevas ideas y soluciones	4,50
PE.EM.1 - 6	Valoración de la capacidad para utilizar herramientas informáticas	4,50
PE.EM.1 - 7	Valoración de la capacidad para comunicarse en idiomas extranjeros	4,50
PE.EM.2	Preparación global de los estudiantes para desarrollar un trabajo	
PE.EM.2 - 1	Valoración global de la preparación global de los estudiantes para desarrollar los trabajos asignados en la empresa del empleador	4,50
PE.EM.2 - 2	Valoración de la preparación global de los estudiantes para desarrollar trabajos relacionados con la titulación (en cualquier empresa)	5,00
PE.EM.3	Satisfacción con los conocimientos adquiridos y las competencias desarrolladas por los estudiantes	
PE.EM.3 - 1	Grado de satisfacción con los conocimientos adquiridos y las competencias desarrolladas por los estudiantes	5,00

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL (Cód. 6305)

SM.PDI SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL MÁSTER (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Profesores que en el curso académico 2021/22 imparten docencia en el MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL de la URJC, con alumnos de nuevo ingreso en dicho curso	
Tamaño Población objetivo	20 individuos	
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	65,0%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción del Profesorado con el Máster	
Recogida información	En línea	
Periodo de aplicación	Mayo - Septiembre 2022	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SM.PDI.1	Satisfacción con la organización de la enseñanza	
SM.PDI.1 - 1	Grado de satisfacción con la organización del Plan de Estudios	4,62
SM.PDI.1 - 2	Grado de satisfacción con el número de horas de clase de las asignaturas que se imparten en la titulación	4,54
SM.PDI.1 - 3	Grado de satisfacción con la carga de trabajo del estudiante	4,46
SM.PDI.1 - 7	Grado de satisfacción con el interés y participación de los estudiantes en las asignaturas de la titulación	4,62
SM.PDI.1 - 4	Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas por los estudiantes	4,62
SM.PDI.1 - 5	Grado de satisfacción con la Dirección del Máster	4,69
SM.PDI.1 - 6	Grado de satisfacción global con la organización de la enseñanza	4,62
SM.PDI.2	Satisfacción con otros aspectos relacionados con el proceso formativo	
SM.PDI.2 - 1	Grado de satisfacción con la información publicada sobre el Máster en la web de la Universidad	4,50
SM.PDI.2 - 2	Grado de satisfacción con los recursos materiales	4,23
SM.PDI.3	Satisfacción global	
SM.PDI.3 - 1	Grado de satisfacción global con el Máster	4,58

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL (Cód. 6305)

S.TFM SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL TRABAJO FIN DE MÁSTER		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos del MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL de la URJC que han defendido el Trabajo Fin de Máster y se les ha calificado la asignatura entre el 01/09/2021 y el 31/08/2022	
Tamaño Población objetivo	17 individuos	
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal - Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento	
Tamaño muestral	88,2%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción de los Estudiantes con el Trabajo fin de Máster	
Recogida información	En línea - Telefónica	
Periodo de aplicación	Septiembre 2021 - Diciembre 2022	
RESULTADOS		
S.TFM.5 Dificultad para la presentación y defensa del TFM en un curso académico		
S.TFM.5 - 1	Porcentaje de alumnos que defienden el TFM en el curso académico en el que se matriculan por primera vez en la asignatura	66,7%
S.TFM.5 - 2	Porcentaje de alumnos que posponen la defensa del TFM por no poder prepararlo a la vez que el resto de asignaturas en las que estaban matriculados	20,0%
S.TFM.5 - 3	Porcentaje de alumnos que posponen la defensa del TFM por no haber superado todos los créditos de la titulación y tener asignaturas pendientes	0,0%
S.TFM.5 - 4	Porcentaje de alumnos que posponen la defensa del TFM por motivos laborales	40,0%
S.TFM.5 - 5	Porcentaje de alumnos que posponen la defensa del TFM por ampliación del periodo de prácticas extracurriculares	0,0%
S.TFM.5 - 6	Porcentaje de alumnos que posponen la defensa del TFM por cambio de tutor/-a	0,0%
S.TFM.5 - 7	Porcentaje de alumnos que posponen la defensa del TFM por una inadecuada planificación	0,0%
S.TFM.5 - 8	Porcentaje de alumnos que posponen la defensa del TFM por motivos personales	20,0%
S.TFM.5 - 9	Porcentaje de alumnos que posponen la defensa del TFM por otros motivos	20,0%
S.TFM.1 Satisfacción con la información y los procesos administrativos (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)		
S.TFM.1 - 1	Grado de satisfacción con la información disponible sobre el TFM en la página web de la URJC	3,53
S.TFM.1 - 2	Grado de satisfacción con los plazos y requisitos para la presentación del TFM	3,40
S.TFM.1 - 3	Grado de satisfacción con los trámites y documentación que hay que presentar	4,33
S.TFM.1 - 6	Grado de satisfacción con el sistema de selección de TFM y asignación de tutor/-a	3,43
S.TFM.1 - 4	Grado de satisfacción con los sistemas y criterios de evaluación	3,93

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL (Cód. 6305)

S.TFM SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL TRABAJO FIN DE MÁSTER		
RESULTADOS		
S.TFM.1	Satisfacción con la información y los procesos administrativos (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	
S.TFM.1 - 5	Grado de satisfacción global con los procedimientos administrativos	3,33
S.TFM.2	Resultados de la valoración de conocimientos y contenidos (valoración de 1=completamente en desacuerdo a 5=completamente de acuerdo)	
S.TFM.2 - 1	El tema elegido para el Trabajo Fin de Máster interesa a los alumnos	4,80
S.TFM.2 - 2	Es fácil encontrar un tema para el TFM afín a los intereses de los alumnos	3,60
S.TFM.2 - 3	El tema desarrollado en el TFM está directamente relacionado con los contenidos curriculares de la titulación	4,47
S.TFM.2 - 4	Los alumnos disponen previamente de los conocimientos y habilidades necesarios para abordar correctamente el TFM	3,67
S.TFM.2 - 5	Las habilidades y conocimientos adquiridos con el TFM van a ser de utilidad en la vida profesional de los alumnos	4,00
S.TFM.3	Resultados de la valoración de la tutoría académica (valoración de 1=completamente en desacuerdo a 5=completamente de acuerdo)	
S.TFM.3 - 1	Se informa claramente sobre cómo preparar un Trabajo Fin de Máster	3,47
S.TFM.3 - 2	Disponibilidad para atender al alumno	3,60
S.TFM.3 - 3	Se realiza un seguimiento adecuado en el proceso de diseño y elaboración del TFM	3,60
S.TFM.4	Satisfacción global	
S.TFM.4 - 1	Grado de satisfacción global con el Trabajo Fin de Máster	3,60

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL (Cód. 6305)

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 2021/22 prestan sus servicios en la URJC	
Tamaño Población objetivo	749 individuos	
Marco	Base de datos de Gerencia General	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	65,0%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción de Personal de Administración y Servicios con la Universidad	
Recogida información	En línea	
Periodo de aplicación	Mayo - Julio 2022	
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	3,95
SU.PAS.1 - 2	Grado de satisfacción con los recursos materiales	4,06
SU.PAS.2	Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos de la URJC	
SU.PAS.2 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios	4,15
SU.PAS.2 - 2	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web	4,04
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	4,02
SU.PAS.3 - 2	Grado de satisfacción con los procedimientos de sugerencias y reclamaciones	3,71
SU.PAS.3 - 3	Grado de satisfacción con los aspectos organizativos de la docencia que afectan a sus tareas	3,65
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	4,01
SU.PAS.4 - 2	Grado de satisfacción con su relación con el profesorado	3,97
SU.PAS.4 - 3	Grado de satisfacción con su relación con el alumnado	3,94
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	3,95

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE MARKETING INTERNACIONAL (Cód. 6305)

SU.PAS		SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON LA UNIVERSIDAD	
RESULTADOS		Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SU.PAS.6		Satisfacción global	
SU.PAS.6 - 1	Grado de satisfacción global con los servicios de la Universidad		3,91