

MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN E INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

RESUMEN DEL SEGUIMIENTO Y CONTROL DE LAS ACCIONES DE MEJORA 2010-11

<i>ACCIONES DE MEJORA CURSO ANTERIOR</i>	<i>OBJETIVO DE MEJORA</i>	<i>INDICADOR DE SEGUIMIENTO</i>	<i>RECURSOS ADICIONALES</i>	<i>RESPONSABLE DEL SEGUIMIENTO</i>	<i>SEGUIMIENTO/CUMPLIMIENTO</i>
1. Mejorar los procesos de selección en el apartado relativo al dominio de la lengua vehicular del Máster.	Evitar que alumnos extranjeros de lengua no castellana tengan deficiencias lingüísticas que les impidan el adecuado seguimiento del Máster.	Nota alumnos extranjeros en el Trabajo Fin de Grado		Director del Máster	Pendiente de la presentación de los TFM durante el curso académico 2012-13
2. Intentar que los alumnos desarrollen el Proyecto Fin de Máster a lo largo del curso.	Evitar que los alumnos posterguen el Proyecto Fin de Máster, ya que ello repercute en un retraso en su presentación y, posiblemente,	Tasa de presentación.		Director del Máster	Pendiente de la presentación de los TFM durante el curso académico 2012-13

	en su no presentación en ciertos casos.				
3. Intentar concienciar a los alumnos de participar más activamente en las Prácticas.	Se ha detectado que los alumnos tienen ideas equivocadas tanto sobre la naturaleza de las prácticas, como sobre las empresas que las ofertan. Se trata de evitar que rechacen ofertas por prejuicios infundados acerca de las prácticas ofrecidas como de las empresas que las realizan.	Tasa de presentación. Grado de Satisfacción		Director del Máster	La tasa de presentación en las prácticas es del 100% y el grado de satisfacción alto. Este objetivo se ha logrado.
4. Intentar aplicar metodologías activas en la docencia.	Evitar que asignaturas prácticas sean consideradas excesivamente teóricas por los alumnos.	Encuestas de valoración de la docencia.		Director del Máster	Objetivo en desarrollo.