

**PLAN GENERAL DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN
INDICADORES DE ENCUESTAS
MÁSTERES PRESENCIALES
2014 / 2015**

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
LA COMUNICACIÓN (Cód. 6088)**

MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN (CÓD. 6088)

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 INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN . Los indicadores de la vigente campaña reflejan los siguientes puntos de interés:

PA.M	PERFIL DE LOS ALUMNOS DE MÁSTER (PRESENCIAL)
VD.M	VALORACIÓN DOCENTE MÁSTER (PRESENCIAL)
SM.A	SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL MÁSTER
SM.E	SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL MÁSTER
IL.M	INSERCIÓN LABORAL 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)

Los datos se han obtenido a partir de las encuestas elaboradas por el Centro Universitario de Estudios Aplicados (CUESA) durante el curso académico 2014 / 2015 conforme al mencionado Plan General de Recogida de Información y que se relacionan a continuación:

- Encuesta de Satisfacción de los Estudiantes con el Máster (Presencial)
- Encuesta de Valoración Docente. Másteres Presenciales
- Encuesta de Inserción Laboral. Máster
- Encuesta de Satisfacción del Estudiante de Máster en Prácticas para la Evaluación de las Prácticas Externas
- Encuesta de Satisfacción del Tutor Externo para la Evaluación de las Prácticas Externas de Máster
- Encuesta de Satisfacción de los Empleadores para la Evaluación de las Prácticas Externas de Máster

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6088)**

PA.M PERFIL DE LOS ALUMNOS DE MÁSTER (PRESENCIAL)	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos matriculados durante el curso académico 2014/15 en el MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Títulos Propios, Formación Continua, Postgrado y Relaciones Internacionales
Método de selección	Censal
Tamaño muestral	CONSULTAR FICHA CÓDIGO 6214 (TIULACIÓN EQUIVALENTE)
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Máster Presencial - Alumnos
Recogida información	Online
Periodo de aplicación	Marzo-Julio 2015
RESULTADOS	
PA.M.1	Perfil socioeconómico
PA.M.1 - 1	Edad media de los alumnos de máster (años)
PA.M.1 - 2	Porcentaje de hombres
PA.M.1 - 3	Porcentaje de mujeres
PA.M.1 - 4	Porcentaje de alumnos españoles
PA.M.1 - 5	Porcentaje de alumnos extranjeros
PA.M.1 - 6	Porcentaje de alumnos de máster que han solicitado beca

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6088)**

VD.M VALORACIÓN DOCENTE MÁSTER (PRESENCIAL)	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de nuevo ingreso matriculados durante el curso académico 2014/15 en el MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN de la URJC
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Títulos Propios, Formación Continua, Postgrado y Relaciones Internacionales
Método de selección	Censal
Tamaño muestral	SIN POBLACIÓN OBJETIVO. No procede la encuesta
Cuestionario	Cuestionario de Valoración Docente Titulaciones Presenciales
Recogida información	Online
Periodo de aplicación	Diciembre 2014-Enero 2015 (primer semestre) / Mayo-Junio 2015 (segundo semestre)
RESULTADOS	Grado de acuerdo con aspectos docentes (valoración de 1 = completamente en desacuerdo a 5 = completamente de acuerdo)
VD.M.1	Resultados de la valoración docente
VD.M.1 - 1	Se explica la guía docente
VD.M.1 - 2	Se informa sobre los criterios evaluación
VD.M.1 - 3	Se respetan los horarios
VD.M.1 - 4	Disponibilidad para atender al alumno
VD.M.1 - 5	Se aclaran las dudas
VD.M.1 - 6	Se explica con claridad
VD.M.1 - 7	Las actividades docentes se ajustan a lo establecido en la guía
VD.M.1 - 8	Se facilita el seguimiento y el aprendizaje
VD.M.1 - 9	La evaluación se ajusta a las especificaciones de la guía docente
VD.M.1 - 10	Se está satisfecho con la labor del profesor
VD.M.2	Resultados globales de la valoración docente
VD.M.2 - 1	Resultado de la valoración docente del Máster
VD.M.3	Porcentaje de profesores con valoración ≥ 3
VD.M.3 - 1	Porcentaje de profesores del Máster con valoración ≥ 3

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6088)**

SM.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL MÁSTER	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos matriculados durante el curso académico 2014/15 en el MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Títulos Propios, Formación Continua, Postgrado y Relaciones Internacionales
Método de selección	Censal
Tamaño muestral	CONSULTAR FICHA CÓDIGO 6214 (TIULACIÓN EQUIVALENTE)
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Máster Presencial - Alumnos
Recogida información	Online
Periodo de aplicación	Marzo-Julio 2015
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
SM.A.1 - 2	Grado de satisfacción con el número de horas de clase
SM.A.1 - 3	Grado de satisfacción con la carga de trabajo
SM.A.1 - 4	Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas
SM.A.1 - 5	Grado de satisfacción con la organización, en general, de la enseñanza
SM.A.2	Satisfacción con los servicios disponibles
SM.A.2 - 1	Grado de satisfacción con la Secretaría del Campus
SM.A.2 - 2	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro
SM.A.2 - 3	Grado de satisfacción global con los servicios disponibles

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6088)**

SM.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL MÁSTER	
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
SM.A.3 - 2	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas
SM.A.3 - 3	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas de informática
SM.A.3 - 4	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas de informática
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
SM.A.3 - 8	Grado de satisfacción con los recursos bibliográficos
SM.A.3 - 9	Grado de satisfacción global con los espacios de docencia y estudio
SM.A.4 Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos	
SM.A.4 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios
SM.A.5 Satisfacción con Campus Virtual	
SM.A.5 - 1	Grado de satisfacción con el funcionamiento general de la plataforma
SM.A.5 - 2	Grado de satisfacción con el aspecto, claridad y facilidad de uso de la plataforma
SM.A.5 - 3	Grado de satisfacción con el soporte y asistencia técnica
SM.A.5 - 4	Grado de satisfacción global con Campus Virtual
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
SM.A.6 - 2	Grado de satisfacción con la información disponible sobre el Máster
SM.A.6 - 3	Grado de satisfacción global con la información disponible en la web de la Universidad

MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
LA COMUNICACIÓN (Cód. 6088)

SM.A	SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL MÁSTER
SM.A.7	Satisfacción con los procedimientos administrativos
SM.A.7 - 1	Grado de satisfacción con el proceso de matriculación
SM.A.7 - 2	Grado de satisfacción con los procedimientos de sugerencias y reclamaciones
SM.A.7 - 3	Grado de satisfacción global con los procedimientos administrativos
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
SM.A.9	Satisfacción global
SM.A.9 - 1	Grado de satisfacción global con el Máster
SM.A.9 - 2	Grado de satisfacción global con los servicios de la Universidad

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6088)**

SM.E SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL MÁSTER	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2013/14 han egresado del MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN
Tamaño Población objetivo	11 individuos
Marco	Base de datos del Vicerrectorado de Títulos Propios, Formación Continua, Postgrado y Relaciones Internacionales
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento
Tamaño muestral	66,7% sobre 9 individuos posibles
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral - Máster
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Mayo 2015
RESULTADOS	
SM.E.1	Grado de satisfacción con la organización de la enseñanza (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)
SM.E.1 - 1	Grado de satisfacción con la organización del Plan de Estudios para la adquisición del perfil de egreso 4,33
SM.E.1 - 2	Grado de satisfacción con los conocimientos adquiridos y competencias desarrolladas 4,00
SM.E.2	Grado de satisfacción con la formación (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)
SM.E.2 - 1	Grado de satisfacción global con el Máster 4,17

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6088)**

I.L.M INSERCIÓN LABORAL MÁSTER		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2013/14 han egresado del MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN	
Tamaño Población objetivo	11 individuos	
Marco	Base de datos del Vicerrectorado de Títulos Propios, Formación Continua, Postgrado y Relaciones Internacionales	
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento	
Tamaño muestral	66,7% sobre 9 individuos posibles	
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral - Máster	
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)	
Periodo de aplicación	Mayo 2015	
RESULTADOS		
I.L.M.1	Situación laboral un año después de la finalización del Máster	
ILM.1 - 1	Tasa de actividad un año después de finalizar el Máster	83,3%
ILM.1 - 2	Tasa de empleo un año después de finalizar el Máster	33,3%
ILM.1 - 3	Tasa de paro un año después de finalizar el Máster	60,0%
I.L.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	20,0%
ILM.2 - 2	Utilidad del Máster para mejorar las condiciones laborales (titulados empleados actualmente)	2,50
ILM.2 - 3	Utilidad del Máster para encontrar trabajo (titulados activos desempleados actualmente)	3,33

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6088)**

PE.AM PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS (ALUMNOS DE MÁSTER)	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Estudiantes del MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN de la URJC que durante el curso académico 2014/15 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	CONSULTAR FICHA CÓDIGO 6214 (TIULACIÓN EQUIVALENTE)
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas Externas - Alumnos de Máster
Recogida información	Online
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2015
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
PE.AM.1 - 2	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido corta
PE.AM.1 - 3	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido adecuada
PE.AM.1 - 4	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido larga
PE.AM.1 - 5	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido demasiado larga
PE.AM.1 - 6	Grado de afinidad de las prácticas con los estudios cursados (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)
PE.AM.2	Inserción laboral
PE.AM.2 - 1	Porcentaje de alumnos que han conseguido un contrato de trabajo mediante las prácticas del Máster
PE.AM.2 - 2	Porcentaje de alumnos para los que las prácticas del máster han aumentado sus expectativas de obtener un trabajo

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6088)**

PE.AM	PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS (ALUMNOS DE MÁSTER)
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
PE.AM.3 - 2	Grado de satisfacción con la preparación adquirida para la futura inserción del alumno en el mundo laboral
PE.AM.3 - 3	Grado de satisfacción global con las competencias adquiridas
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
PE.AM.4 - 2	Grado de satisfacción con la gestión administrativa (trámites, documentación,...)
PE.AM.4 - 3	Grado de satisfacción con la atención prestada por el tutor académico en la Universidad
PE.AM.4 - 4	Grado de satisfacción con los sistemas de evaluación aplicados
PE.AM.4 - 5	Grado de satisfacción global con la gestión de las prácticas y responsables
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

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6088)**

PE.TM PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DEL TUTOR EXTERNO (ALUMNOS DE MÁSTER)	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Tutores externos de los alumnos del MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN de la URJC que durante el curso académico 2014/15 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	CONSULTAR FICHA CÓDIGO 6214 (TIULACIÓN EQUIVALENTE)
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas externas Máster - Tutor Externo y Empleadores
Recogida información	Online
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2015
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
PE.TM.1 - 2	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido corta
PE.TM.1 - 3	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido adecuada
PE.TM.1 - 4	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido larga
PE.TM.1 - 5	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido demasiado larga
PE.TM.1 - 6	Grado de afinidad de las prácticas con la titulación del estudiante (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)
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
PE.TM.2 - 2	Las prácticas han permitido al estudiante mejorar su preparación para su futura inserción en el mundo laboral
PE.TM.2 - 3	Valoración global de la adaptación y competencias adquiridas por el estudiante con las prácticas

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6088)**

PE.TM PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DEL TUTOR EXTERNO (ALUMNOS DE MÁSTER)	
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
PE.TM.3 - 2	Grado de satisfacción del Tutor Externo con la gestión administrativa (trámites, documentación,...)
PE.TM.3 - 3	Grado de satisfacción del Tutor Externo con la atención prestada por el Tutor Académico en la Universidad
PE.TM.3 - 4	Grado de satisfacción del Tutor Externo con los sistemas de evaluación aplicados
PE.TM.3 - 5	Grado de satisfacción global del Tutor Externo con la gestión de las prácticas y responsables
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

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6088)**

PE.EM PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES (ALUMNOS DE MÁSTER)	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Empleadores de los alumnos del MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN de la URJC que durante el curso académico 2014/15 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	CONSULTAR FICHA CÓDIGO 6214 (TIULACIÓN EQUIVALENTE)
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas externas Máster - Tutor Externo y Empleadores
Recogida información	Online
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2015
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
PE.EM.1 - 2	Valoración de la capacidad para usar el tiempo de forma adecuada
PE.EM.1 - 3	Valoración de la capacidad para hacerse entender
PE.EM.1 - 4	Valoración de la capacidad para trabajar en equipo
PE.EM.1 - 5	Valoración de la capacidad para encontrar nuevas ideas y soluciones
PE.EM.1 - 6	Valoración de la capacidad para utilizar herramientas informáticas
PE.EM.1 - 7	Valoración de la capacidad para comunicarse en idiomas extranjeros
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
PE.EM.2 - 2	Valoración de la preparación global de los estudiantes para desarrollar trabajos relacionados con la titulación (en cualquier empresa)
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

**PLAN GENERAL DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN
INDICADORES DE ENCUESTAS
MÁSTERES PRESENCIALES
2014 / 2015**

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
LA COMUNICACIÓN (Cód. 6214)**

MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN (CÓD. 6214)

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 INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN . Los indicadores de la vigente campaña reflejan los siguientes puntos de interés:

PA.M	PERFIL DE LOS ALUMNOS DE MÁSTER (PRESENCIAL)
VD.M	VALORACIÓN DOCENTE MÁSTER (PRESENCIAL)
SM.A	SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL MÁSTER
SM.E	SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL MÁSTER
IL.M	INSERCIÓN LABORAL 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)

Los datos se han obtenido a partir de las encuestas elaboradas por el Centro Universitario de Estudios Aplicados (CUESA) durante el curso académico 2014 / 2015 conforme al mencionado Plan General de Recogida de Información y que se relacionan a continuación:

- Encuesta de Satisfacción de los Estudiantes con el Máster (Presencial)
- Encuesta de Valoración Docente. Másteres Presenciales
- Encuesta de Inserción Laboral. Máster
- Encuesta de Satisfacción del Estudiante de Máster en Prácticas para la Evaluación de las Prácticas Externas
- Encuesta de Satisfacción del Tutor Externo para la Evaluación de las Prácticas Externas de Máster
- Encuesta de Satisfacción de los Empleadores para la Evaluación de las Prácticas Externas de Máster

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6214)**

PA.M		PERFIL DE LOS ALUMNOS DE MÁSTER (PRESENCIAL)	
FICHA TÉCNICA			
Población objetivo	Alumnos matriculados durante el curso académico 2014/15 en el MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN		
Tamaño Población objetivo	18 individuos		
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Títulos Propios, Formación Continua, Postgrado y Relaciones Internacionales		
Método de selección	Censal		
Tamaño muestral	33,3%		
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Máster Presencial - Alumnos		
Recogida información	Online		
Periodo de aplicación	Marzo-Julio 2015		
RESULTADOS			
PA.M.1		Perfil socioeconómico	
PA.M.1 - 1	Edad media de los alumnos de máster (años)		25,67
PA.M.1 - 2	Porcentaje de hombres		50,0%
PA.M.1 - 3	Porcentaje de mujeres		50,0%
PA.M.1 - 4	Porcentaje de alumnos españoles		33,3%
PA.M.1 - 5	Porcentaje de alumnos extranjeros		66,7%
PA.M.1 - 6	Porcentaje de alumnos de máster que han solicitado beca		0,0%

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6214)**

VD.M VALORACIÓN DOCENTE MÁSTER (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de nuevo ingreso matriculados durante el curso académico 2014/15 en el MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN de la URJC	
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Títulos Propios, Formación Continua, Postgrado y Relaciones Internacionales	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	85,0%	
Cuestionario	Cuestionario de Valoración Docente Titulaciones Presenciales	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Diciembre 2014-Enero 2015 (primer semestre) / Mayo-Junio 2015 (segundo semestre)	
RESULTADOS	Grado de acuerdo con aspectos docentes (valoración de 1 = completamente en desacuerdo a 5 = completamente de acuerdo)	
VD.M.1	Resultados de la valoración docente	
VD.M.1 - 1	Se explica la guía docente	4,61
VD.M.1 - 2	Se informa sobre los criterios evaluación	4,60
VD.M.1 - 3	Se respetan los horarios	4,61
VD.M.1 - 4	Disponibilidad para atender al alumno	4,69
VD.M.1 - 5	Se aclaran las dudas	4,68
VD.M.1 - 6	Se explica con claridad	4,60
VD.M.1 - 7	Las actividades docentes se ajustan a lo establecido en la guía	4,56
VD.M.1 - 8	Se facilita el seguimiento y el aprendizaje	4,58
VD.M.1 - 9	La evaluación se ajusta a las especificaciones de la guía docente	4,67
VD.M.1 - 10	Se está satisfecho con la labor del profesor	4,59
VD.M.2	Resultados globales de la valoración docente	
VD.M.2 - 1	Resultado de la valoración docente del Máster	4,61
VD.M.3	Porcentaje de profesores con valoración ≥ 3	
VD.M.3 - 1	Porcentaje de profesores del Máster con valoración ≥ 3	100,0%

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6214)**

SM.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL MÁSTER		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos matriculados durante el curso académico 2014/15 en el MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN	
Tamaño Población objetivo	18 individuos	
Marco	Base de datos Vicerrectorado de Títulos Propios, Formación Continua, Postgrado y Relaciones Internacionales	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	33,3%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Máster Presencial - Alumnos	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Marzo-Julio 2015	
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	4,67
SM.A.1 - 2	Grado de satisfacción con el número de horas de clase	4,33
SM.A.1 - 3	Grado de satisfacción con la carga de trabajo	4,50
SM.A.1 - 4	Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas	4,67
SM.A.1 - 5	Grado de satisfacción con la organización, en general, de la enseñanza	4,83
SM.A.2	Satisfacción con los servicios disponibles	
SM.A.2 - 1	Grado de satisfacción con la Secretaría del Campus	3,83
SM.A.2 - 2	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro	3,83
SM.A.2 - 3	Grado de satisfacción global con los servicios disponibles	3,83

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6214)**

SM.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL MÁSTER		
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	4,67
SM.A.3 - 2	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas	4,67
SM.A.3 - 3	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas de informática	4,75
SM.A.3 - 4	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas de informática	4,75
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	4,67
SM.A.3 - 8	Grado de satisfacción con los recursos bibliográficos	4,67
SM.A.3 - 9	Grado de satisfacción global con los espacios de docencia y estudio	4,70
SM.A.4 Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos		
SM.A.4 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios	4,33
SM.A.5 Satisfacción con Campus Virtual		
SM.A.5 - 1	Grado de satisfacción con el funcionamiento general de la plataforma	4,33
SM.A.5 - 2	Grado de satisfacción con el aspecto, claridad y facilidad de uso de la plataforma	3,67
SM.A.5 - 3	Grado de satisfacción con el soporte y asistencia técnica	4,17
SM.A.5 - 4	Grado de satisfacción global con Campus Virtual	4,06
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	4,50
SM.A.6 - 2	Grado de satisfacción con la información disponible sobre el Máster	4,67
SM.A.6 - 3	Grado de satisfacción global con la información disponible en la web de la Universidad	4,59

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6214)**

SM.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL MÁSTER		
SM.A.7 Satisfacción con los procedimientos administrativos		
SM.A.7 - 1	Grado de satisfacción con el proceso de matriculación	4,33
SM.A.7 - 2	Grado de satisfacción con los procedimientos de sugerencias y reclamaciones	4,60
SM.A.7 - 3	Grado de satisfacción global con los procedimientos administrativos	4,47
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	4,67
SM.A.9 Satisfacción global		
SM.A.9 - 1	Grado de satisfacción global con el Máster	4,83
SM.A.9 - 2	Grado de satisfacción global con los servicios de la Universidad	4,50

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6214)**

SM.E SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL MÁSTER	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2013/14 han egresado del MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos del Vicerrectorado de Títulos Propios, Formación Continua, Postgrado y Relaciones Internacionales
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 - Máster
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Mayo 2015
RESULTADOS	
SM.E.1	Grado de satisfacción con la organización de la enseñanza (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)
SM.E.1 - 1	Grado de satisfacción con la organización del Plan de Estudios para la adquisición del perfil de egreso
SM.E.1 - 2	Grado de satisfacción con los conocimientos adquiridos y competencias desarrolladas
SM.E.2	Grado de satisfacción con la formación (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)
SM.E.2 - 1	Grado de satisfacción global con el Máster

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6214)**

IL.M INSERCIÓN LABORAL MÁSTER	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2013/14 han egresado del MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos del Vicerrectorado de Títulos Propios, Formación Continua, Postgrado y Relaciones Internacionales
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 - Máster
Recogida información	Entrevista telefónica (CATI)
Periodo de aplicación	Mayo 2015
RESULTADOS	
IL.M.1	Situación laboral un año después de la finalización del Máster
ILM.1 - 1	Tasa de actividad un año después de finalizar el Máster
ILM.1 - 2	Tasa de empleo un año después de finalizar el Máster
ILM.1 - 3	Tasa de paro un año después de finalizar el Máster
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
ILM.2 - 2	Utilidad del Máster para mejorar las condiciones laborales (titulados empleados actualmente)
ILM.2 - 3	Utilidad del Máster para encontrar trabajo (titulados activos desempleados actualmente)

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6214)**

PE.AM PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS (ALUMNOS DE MÁSTER)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Estudiantes del MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN de la URJC que durante el curso académico 2014/15 han realizado prácticas externas en empresas	
Tamaño Población objetivo	3 individuos	
Marco	Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	0,0% (NO HAY RESPUESTAS)	
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas Externas - Alumnos de Máster	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2015	
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	N/A
PE.AM.1 - 2	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido corta	N/A
PE.AM.1 - 3	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido adecuada	N/A
PE.AM.1 - 4	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido larga	N/A
PE.AM.1 - 5	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido demasiado larga	N/A
PE.AM.1 - 6	Grado de afinidad de las prácticas con los estudios cursados (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)	N/A
PE.AM.2	Inserción laboral	
PE.AM.2 - 1	Porcentaje de alumnos que han conseguido un contrato de trabajo mediante las prácticas del Máster	N/A
PE.AM.2 - 2	Porcentaje de alumnos para los que las prácticas del máster han aumentado sus expectativas de obtener un trabajo	N/A

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6214)**

PE.AM PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS (ALUMNOS DE MÁSTER)		
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	N/A
PE.AM.3 - 2	Grado de satisfacción con la preparación adquirida para la futura inserción del alumno en el mundo laboral	N/A
PE.AM.3 - 3	Grado de satisfacción global con las competencias adquiridas	N/A
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	N/A
PE.AM.4 - 2	Grado de satisfacción con la gestión administrativa (trámites, documentación,...)	N/A
PE.AM.4 - 3	Grado de satisfacción con la atención prestada por el tutor académico en la Universidad	N/A
PE.AM.4 - 4	Grado de satisfacción con los sistemas de evaluación aplicados	N/A
PE.AM.4 - 5	Grado de satisfacción global con la gestión de las prácticas y responsables	N/A
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	N/A

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6214)**

PE.TM PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DEL TUTOR EXTERNO (ALUMNOS DE MÁSTER)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Tutores externos de los alumnos del MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN de la URJC que durante el curso académico 2014/15 han realizado prácticas en empresas	
Tamaño Población objetivo	1 individuos	
Marco	Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	0,0% (NO HAY RESPUESTAS)	
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas externas Máster - Tutor Externo y Empleadores	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2015	
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	N/A
PE.TM.1 - 2	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido corta	N/A
PE.TM.1 - 3	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido adecuada	N/A
PE.TM.1 - 4	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido larga	N/A
PE.TM.1 - 5	Porcentaje de tutores externos para los que la duración de las prácticas de los estudiantes ha sido demasiado larga	N/A
PE.TM.1 - 6	Grado de afinidad de las prácticas con la titulación del estudiante (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)	N/A
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	N/A
PE.TM.2 - 2	Las prácticas han permitido al estudiante mejorar su preparación para su futura inserción en el mundo laboral	N/A
PE.TM.2 - 3	Valoración global de la adaptación y competencias adquiridas por el estudiante con las prácticas	N/A

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6214)**

PE.TM PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DEL TUTOR EXTERNO (ALUMNOS DE MÁSTER)		
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	N/A
PE.TM.3 - 2	Grado de satisfacción del Tutor Externo con la gestión administrativa (trámites, documentación,...)	N/A
PE.TM.3 - 3	Grado de satisfacción del Tutor Externo con la atención prestada por el Tutor Académico en la Universidad	N/A
PE.TM.3 - 4	Grado de satisfacción del Tutor Externo con los sistemas de evaluación aplicados	N/A
PE.TM.3 - 5	Grado de satisfacción global del Tutor Externo con la gestión de las prácticas y responsables	N/A
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	N/A

**MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A
 LA COMUNICACIÓN (Cód. 6214)**

PE.EM PRÁCTICAS EXTERNAS. SATISFACCIÓN DE LOS EMPLEADORES (ALUMNOS DE MÁSTER)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Empleadores de los alumnos del MÁSTER UNIVERSITARIO EN INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN de la URJC que durante el curso académico 2014/15 han realizado prácticas externas en empresas	
Tamaño Población objetivo	1 individuos	
Marco	Base de datos Unidad de Prácticas Externas, Orientación, Inserción Laboral y Apoyo al Grado	
Método de selección	Censal	
Tamaño muestral	0,0% (NO HAY RESPUESTAS)	
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas externas Máster - Tutor Externo y Empleadores	
Recogida información	Online	
Periodo de aplicación	Febrero-Julio 2015	
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	N/A
PE.EM.1 - 2	Valoración de la capacidad para usar el tiempo de forma adecuada	N/A
PE.EM.1 - 3	Valoración de la capacidad para hacerse entender	N/A
PE.EM.1 - 4	Valoración de la capacidad para trabajar en equipo	N/A
PE.EM.1 - 5	Valoración de la capacidad para encontrar nuevas ideas y soluciones	N/A
PE.EM.1 - 6	Valoración de la capacidad para utilizar herramientas informáticas	N/A
PE.EM.1 - 7	Valoración de la capacidad para comunicarse en idiomas extranjeros	N/A
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	N/A
PE.EM.2 - 2	Valoración de la preparación global de los estudiantes para desarrollar trabajos relacionados con la titulación (en cualquier empresa)	N/A
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	N/A