



Universidad
Rey Juan Carlos

Vicerrectorado de Calidad, Titulaciones
y Enseñanzas Propias

**PLAN GENERAL DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN
INDICADORES DE ENCUESTAS
GRADOS PRESENCIALES
2024 / 2025**

**DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO)
(CÓD. 2379)**

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (CÓD. 2379)

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 DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) distribuidos en las siguientes fichas:

NA	NUEVOS ESTUDIANTES DE GRADO (PRESENCIAL)
VD.G	VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)
SG.A	SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL)
SG.E	SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL GRADO
IL.G	INSERCIÓN LABORAL GRADO. PRIMER AÑO POSTERIOR AL EGRESO
AB	CAUSAS DE ABANDONO
SG.PDI	SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL GRADO (PRESENCIAL)
SCU.PDI	SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL CAMPUS Y UNIVERSIDAD (GRADO PRESENCIAL)
PM.IN	SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ESTUDIANTES ENTRANTES
PM.OUT	SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ESTUDIANTES SALIENTES
PE.AG	PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS
PE.TE	PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES EXTERNOS Y EMPLEADORES
SU.PAS	SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON LA UNIVERSIDAD

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (CÓD. 2379)

Los datos se han obtenido a partir de las encuestas elaboradas por el Vicerrectorado de Calidad, Titulaciones y Enseñanzas Propias durante el curso académico 2024 / 2025 conforme al mencionado Plan General de Recogida de Información y que se relacionan a continuación:

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

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

NA NUEVOS ESTUDIANTES DE GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de nuevo ingreso en la URJC en el curso académico 2024/25 matriculados en el DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO)	
Tamaño Población objetivo	5 individuos	
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tasa de respuesta	40,0%	
Cuestionario	Cuestionario de Nuevos Alumnos - Grados Presenciales	
Recogida información	En línea	
Periodo de aplicación	Septiembre 2024 - Junio 2025	
RESULTADOS		
NA.1	Perfil socioeconómico	
NA.1 - 1	Edad media de acceso a la Universidad (años)	18,50
NA.1 - 2	Porcentaje de hombres	0,0%
NA.1 - 3	Porcentaje de mujeres	100,0%
NA.1 - 4	Porcentaje de alumnos españoles	100,0%
NA.1 - 5	Porcentaje de alumnos extranjeros	0,0%
NA.1 - 6	Porcentaje de alumnos que han solicitado becas	0,0%
NA.2	Satisfacción con el proceso de matriculación	
NA.2 - 1	Grado de satisfacción con la disponibilidad de la información	3,00
NA.2 - 2	Grado de satisfacción con la claridad de las instrucciones	3,00
NA.2 - 3	Grado de satisfacción con el sistema de ayuda y consulta	2,00
NA.2 - 4	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web	4,00
NA.2 - 5	Grado de satisfacción global con el proceso de matriculación	2,00
NA.3	Valoración de la URJC	
NA.3 - 1	Opinión de los nuevos alumnos sobre la URJC (escala de 1=muy mala a 5=muy buena)	4,00
NA.3 - 2	Porcentaje de alumnos que han asistido a las Jornadas de acogida	0,0%
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)	--

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

NA NUEVOS ESTUDIANTES DE GRADO (PRESENCIAL)		
RESULTADOS		
NA.4	Motivación	
NA.4 - 1	Porcentaje de alumnos que habrían escogido la titulación si no hubiesen existido restricciones de acceso	0,0%
NA.5	Inserción laboral	
NA.5 - 1	Grado de conocimiento de las salidas profesionales de la titulación (escala de 1=muy bajo a 5=muy alto)	4,00
NA.5 - 2	Porcentaje de estudiantes interesados en desempeñar en el futuro un trabajo por cuenta ajena en el sector privado	0,0%
NA.5 - 3	Porcentaje de estudiantes interesados en desempeñar en el futuro un trabajo por cuenta ajena en el sector público	0,0%
NA.5 - 4	Porcentaje de estudiantes interesados en desempeñar en el futuro un trabajo en su propia empresa (autónomos) o en empresa familiar	100,0%

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

VD.G VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC matriculados durante el curso académico 2024/25 en asignaturas del DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) siempre que dicha titulación esté desplegada con al menos cinco grupos propios de docencia
Marco	Base de datos del Vicerrectorado de Ordenación Académica y Secretaría de la Universidad
Método de selección	Censal
Tasa de respuesta	Sin asignaturas con grupos propios de docencia. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Valoración Docente - Titulaciones Presenciales
Recogida información	En línea
Periodo de aplicación	Diciembre 2024 - Febrero 2025 (primer semestre) / Mayo - Junio 2025 (segundo semestre)
RESULTADOS	Grado de acuerdo con aspectos docentes (valoración de 1 = completamente en desacuerdo a 5 = completamente de acuerdo)
VD.G.5	Grado de implicación de los estudiantes
VD.G.5 - 1	Porcentaje de estudiantes con una asistencia a clase superior al 25%
VD.G.1	Resultados de la valoración docente (sobre estudiantes con asistencia a clase >25%)
VD.G.1 - 1	Se explica la guía docente
VD.G.1 - 2	Se informa sobre los criterios de evaluación
VD.G.1 - 3	Se respetan los horarios
VD.G.1 - 4	Disponibilidad para atender al alumno
VD.G.1 - 5	Se aclaran las dudas
VD.G.1 - 6	Se explica con claridad
VD.G.1 - 7	Las actividades docentes se ajustan a lo establecido en la guía
VD.G.1 - 8	Se facilita el seguimiento y el aprendizaje
VD.G.1 - 9	La evaluación se ajusta a las especificaciones de la guía docente
VD.G.1 - 10	Se está satisfecho con la labor del profesor
VD.G.2	Resultados globales de la valoración docente (sobre estudiantes con asistencia a clase >25%)
VD.G.2 - 1	Resultados de la valoración docente de primer curso
VD.G.2 - 2	Resultados de la valoración docente de segundo curso
VD.G.2 - 3	Resultados de la valoración docente de tercer curso

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

VD.G VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)	
RESULTADOS	Grado de acuerdo con aspectos docentes (valoración de 1 = completamente en desacuerdo a 5 = completamente de acuerdo)
VD.G.2	Resultados globales de la valoración docente (sobre estudiantes con asistencia a clase >25%)
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
VD.G.4	Porcentaje de profesores con valoración $\geq 3,5$
VD.G.4 - 1	Porcentaje de profesores de primer curso con valoración $\geq 3,5$
VD.G.4 - 2	Porcentaje de profesores de segundo curso con valoración $\geq 3,5$
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 $\geq 3,5$

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

SG.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL)	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos que durante el curso académico 2024/25 continúan los estudios de DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) que iniciaron al ingresar en la URJC en el curso 2022/23
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad
Método de selección	Censal
Tasa de respuesta	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Grado Presencial - Alumnos
Recogida información	En línea
Periodo de aplicación	Marzo - Julio 2025
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 - 6	Grado de satisfacción global con el proceso formativo
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.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

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

SG.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL)	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)
SG.A.3	Satisfacción con los espacios de docencia y estudio
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 quejas y sugerencias
SG.A.7 - 3	Grado de satisfacción global con los procedimientos administrativos
SG.A.8	Satisfacción con la atención recibida
SG.A.8 - 1	Grado de satisfacción con la labor desarrollada por el coordinador de la Titulación
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

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

SG.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL)	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)
SG.A.9	Satisfacción con la vida universitaria
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.A.10 - 4	Grado de satisfacción global con los recursos de la Universidad

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

SG.E SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL GRADO	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2023/24 egresaron del DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO)
Tamaño Población objetivo	0 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
Tasa de respuesta	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral - Grados
Recogida información	Telefónica
Periodo de aplicación	Junio - Octubre 2025
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
SG.E.4	Satisfacción global
SG.E.4 - 1	Grado de satisfacción global con la Titulación

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

IL.G INSERCIÓN LABORAL GRADO. PRIMER AÑO POSTERIOR AL EGRESO	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2023/24 egresaron del DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO)
Tamaño Población objetivo	0 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
Tasa de respuesta	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral - Grados
Recogida información	Telefónica
Periodo de aplicación	Junio - Octubre 2025
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 - 10	Porcentaje de titulados que, un año después del egreso, trabajan en la misma comunidad en la que cursaron sus estudios
IL.G.1 - 11	Porcentaje de titulados asalariados que, un año después del egreso tienen un contrato indefinido a tiempo completo
IL.G.1 - 12	Salario neto medio mensual del empleo, un año después del egreso
IL.G.4	Relación entre los estudios cursados y el empleo del titulado durante el PRIMER año posterior al egreso
IL.G.4 - 1	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar, un año después del egreso

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

IL.G INSERCIÓN LABORAL GRADO. PRIMER AÑO POSTERIOR AL EGRESO	
RESULTADOS	
IL.G.4	Relación entre los estudios cursados y el empleo del titulado durante el PRIMER año posterior al egreso
IL.G.4 - 2	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria, un año después del egreso
IL.G.5	Satisfacción con el empleo durante el PRIMER año posterior al egreso (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)
IL.G.5 - 1	Grado de satisfacción, un año después del egreso, con la estabilidad del empleo actual
IL.G.5 - 2	Grado de satisfacción, un año después del egreso, con las perspectivas de futuro del empleo actual
IL.G.5 - 3	Grado de satisfacción, un año después del egreso, con el salario del empleo actual
IL.G.5 - 4	Grado de satisfacción, un año después del egreso, con las posibilidades de promoción del empleo (asalariados) actual
IL.G.5 - 5	Grado de satisfacción, un año después del egreso, con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del empleo actual
IL.G.5 - 6	Grado de satisfacción global con el empleo, un año después del egreso
IL.G.6	Intereses laborales de los desempleados un año después del egreso
IL.G.6 - 1	Porcentaje de titulados desempleados un año después del egreso, que aceptarían un trabajo que conllevara un cambio de residencia
IL.G.6 - 2	Porcentaje de titulados desempleados un año después del egreso, que aceptarían un trabajo no relacionado con su formación
IL.G.6 - 3	Porcentaje de titulados desempleados un año después del egreso, que aceptarían un trabajo con unos ingresos inferiores a su cualificación
IL.G.6 - 4	Porcentaje de titulados desempleados un año después del egreso, que aceptarían un trabajo con una categoría inferior a sus expectativas
IL.G.6 - 5	Porcentaje de titulados desempleados un año después del egreso, que han tenido alguna oferta de empleo que han rechazado
IL.G.7	Valoración de requisitos para conseguir un empleo. Desempleados un año después del egreso (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)
IL.G.7 - 1	Grado de importancia de la formación universitaria para conseguir un empleo
IL.G.7 - 2	Grado de importancia del expediente académico para conseguir un empleo
IL.G.7 - 3	Grado de importancia de los conocimientos de informática para conseguir un empleo
IL.G.7 - 4	Grado de importancia de la experiencia laboral para conseguir un empleo

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

IL.G INSERCIÓN LABORAL GRADO. PRIMER AÑO POSTERIOR AL EGRESO	
RESULTADOS	
IL.G.7	Valoración de requisitos para conseguir un empleo. Desempleados un año después del egreso (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)
IL.G.7 - 5	Grado de importancia de los conocimientos de idiomas para conseguir un empleo
IL.G.8	Situación de los titulados inactivos un año después del egreso
IL.G.8 - 1	Porcentaje de titulados que, un año después del egreso, no están buscando activamente empleo porque continúan con sus estudios
IL.G.8 - 2	Porcentaje de titulados que, un año después del egreso, no están buscando activamente empleo porque están preparando oposiciones

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

AB CAUSAS DE ABANDONO	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2023/24 abandonaron sus estudios de DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO)
Tamaño Población objetivo	0 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
Tasa de respuesta	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Abandono
Recogida información	Telefónica
Periodo de aplicación	Febrero - Marzo 2025
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

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

AB CAUSAS DE ABANDONO	
RESULTADOS	
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 - 7	Porcentaje de alumnos que abandonan por causas relacionadas con la organización de la universidad
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

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

SG.PDI SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL GRADO (PRESENCIAL)	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Profesores de la URJC que en el curso académico 2024/25 imparten asignaturas del DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO), siempre que dicha titulación esté desplegada con al menos cinco asignaturas con grupos propios de docencia
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos del Vicerrectorado de Ordenación Académica
Método de selección	Censal
Tasa de respuesta	Sin asignaturas con grupos propios de docencia. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción del Profesorado con el Grado (Presencial)
Recogida información	En línea
Periodo de aplicación	Mayo - Julio 2025
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
SG.PDI.1 - 2	Grado de satisfacción con el número de horas de clase de las asignaturas que se imparten en la titulación
SG.PDI.1 - 3	Grado de satisfacción con la carga de trabajo del estudiante
SG.PDI.1 - 4	Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas por los estudiantes
SG.PDI.1 - 5	Grado de satisfacción con la coordinación docente
SG.PDI.1 - 6	Grado de satisfacción global con la organización de la enseñanza
SG.PDI.5 Grado de implicación de los estudiantes	
SG.PDI.5 - 1	Los estudiantes utilizan los recursos disponibles en Aula Virtual (valoración 1=nunca a 5=siempre)
SG.PDI.5 - 2	Los estudiantes atienden y participan en clase (valoración 1=nunca a 5=siempre)
SG.PDI.5 - 3	Los estudiantes solicitan y asisten a las tutorías (valoración 1=nunca a 5=siempre)
SG.PDI.1 - 10	Grado de satisfacción con el interés y participación de los estudiantes en las asignaturas de la titulación
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

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

SG.PDI SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL GRADO (PRESENCIAL)	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)
SG.PDI.4	Satisfacción con otros aspectos relacionados con el proceso formativo
SG.PDI.1 - 8	Grado de satisfacción con las acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad
SG.PDI.1 - 9	Grado de satisfacción con los recursos materiales
SG.PDI.2	Satisfacción global
SG.PDI.2 - 1	Grado de satisfacción global con la Titulación

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

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 2024/25 imparten docencia en un grado presencial del CAMPUS DE MADRID		
Tamaño Población objetivo	1.197 individuos		
Marco	Base de datos del Vicerrectorado de Ordenación Académica		
Método de selección	Censal		
Tasa de respuesta	46,3%		
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción del Profesorado con el Campus y la Universidad - Grados Presenciales		
Recogida información	En línea		
Periodo de aplicación	Mayo - Julio 2025		
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)		
SCU.PDI.7	Satisfacción con los servicios del Campus de Madrid (Vicálvaro - M. Becerra - Quintana)		
SCU.PDI.7 - 1	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro (Madrid)		4,15
SCU.PDI.7 - 2	Grado de satisfacción con la gestión del Campus de Madrid (Gerencia)		4,00
SCU.PDI.8	Satisfacción con las instalaciones e infraestructuras de Madrid (Vicálvaro - M. Becerra - Quintana)		
SCU.PDI.8 - 1	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas (Madrid)		3,81
SCU.PDI.8 - 2	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas (Madrid)		4,03
SCU.PDI.8 - 3	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas de informática (Madrid)		4,01
SCU.PDI.8 - 4	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas de informática (Madrid)		4,14
SCU.PDI.8 - 5	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de los laboratorios (Madrid)		4,17
SCU.PDI.8 - 6	Grado de satisfacción con el equipamiento de los laboratorios (Madrid)		4,15
SCU.PDI.8 - 7	Grado de satisfacción con las condiciones de la biblioteca (Madrid)		4,26
SCU.PDI.8 - 8	Grado de satisfacción con los recursos bibliográficos (Madrid)		4,02
SCU.PDI.8 - 9	Grado de satisfacción global con el Campus de Madrid		4,07
SCU.PDI.11	Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos de la URJC		
SCU.PDI.11 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios		4,28
SCU.PDI.11 - 2	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web		4,12

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

SCU.PDI	SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL CAMPUS Y UNIVERSIDAD (GRADO PRESENCIAL)	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SCU.PDI.12	Satisfacción con Aula Virtual	
SCU.PDI.12 - 1	Grado de satisfacción con el funcionamiento general de la plataforma	4,26
SCU.PDI.12 - 2	Grado de satisfacción con el aspecto, claridad y facilidad de uso de la plataforma	4,08
SCU.PDI.12 - 3	Grado de satisfacción con los cursos y actividades formativas de Aula Virtual	4,17
SCU.PDI.12 - 4	Grado de satisfacción con el soporte y asistencia del equipo técnico (asesores técnico-docentes) de Aula Virtual	4,21
SCU.PDI.12 - 5	Grado de satisfacción con la información y recursos disponibles en la web de Aula Virtual y URJC Online	4,11
SCU.PDI.13	Satisfacción con los procedimientos administrativos de la URJC	
SCU.PDI.13 - 1	Grado de satisfacción con los procedimientos de quejas y sugerencias	3,75
SCU.PDI.14	Satisfacción global con los servicios de la URJC	
SCU.PDI.14 - 1	Grado de satisfacción global con los servicios de la Universidad	3,97

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

PM.IN SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ESTUDIANTES 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 DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) durante el curso académico 2024/25
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos de la Unidad de Relaciones Internacionales y de Secretaría de la Universidad
Método de selección	Censal
Tasa de respuesta	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Programa de Movilidad - Alumnos Entrantes
Recogida información	En línea
Periodo de aplicación	Febrero - Julio 2025
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.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

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

PM.IN SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ESTUDIANTES ENTRANTES	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)
PM.IN.3	Satisfacción con la información, acogida e integración
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

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

PM.OUT SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ESTUDIANTES SALIENTES	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC matriculados en el DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) que en el curso académico 2024/25 a través de los programas ERASMUS o MUNDE han cursado estudios en universidades extranjeras
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de Datos de la Unidad de Relaciones Internacionales
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento. Para el cálculo de %m solo se consideran aquellos individuos con los que es posible comunicar, se descartan de la población individuos sin teléfono o con teléfono erróneo
Tasa de respuesta	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Programa de Movilidad - Alumnos Salientes
Recogida información	Telefónica
Periodo de aplicación	Octubre 2025
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.)

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

PM.OUT SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ESTUDIANTES SALIENTES	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)
PM.OUT.3	Satisfacción con la calidad académica de la institución de destino
PM.OUT.3 - 3	Grado de satisfacción con el material de estudio proporcionado por la institución de acogida
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	Experiencia personal (valoración de 1=completamente en desacuerdo a 5=completamente de acuerdo)
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

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

PE.AG PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos del DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) de la URJC que han realizado prácticas curriculares en empresas y se les ha calificado la asignatura entre el 01/09/2024 y el 31/08/2025
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad
Método de selección	Censal
Tasa de respuesta	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas Externas - Alumnos de Grado
Recogida información	En línea
Periodo de aplicación	Septiembre 2024 - Agosto 2025
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

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

PE.AG PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS	
RESULTADOS	
PE.AG.3	Satisfacción con las competencias adquiridas (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)
PE.AG.3 - 3	Grado de satisfacción global con las competencias adquiridas
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 o responsables de las prácticas
PE.AG.4 - 2	Grado de satisfacción con la gestión administrativa de la Unidad de Prácticas Externas o responsables de las prácticas (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

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

PE.TE PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES EXTERNOS Y EMPLEADORES	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Tutores externos y empleadores de los alumnos del DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) de la URJC que han realizado prácticas curriculares en empresas a los que han evaluado entre el 01/09/24 y el 31/08/2025
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad
Método de selección	Censal
Tasa de respuesta	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas externas Grado - Tutor Externo y Empleadores
Recogida información	En línea
Periodo de aplicación	Septiembre 2024 - Agosto 2025
RESULTADOS	
PE.TE.1	Características de las prácticas
PE.TE.1 - 1	Grado de satisfacción del tutor externo con la duración de las prácticas (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)
PE.TE.1 - 6	Grado de afinidad de las prácticas con la titulación del estudiante (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)
PE.TE.2	Satisfacción con la gestión de las prácticas y responsables (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)
PE.TE.2 - 1	Grado de satisfacción del tutor externo con la información recibida de la Unidad de Prácticas Externas o responsables de las prácticas
PE.TE.2 - 2	Grado de satisfacción del tutor externo con la gestión administrativa en la Unidad de Prácticas Externas o responsables de las prácticas (trámites, documentación,...)
PE.TE.2 - 3	Grado de satisfacción del tutor externo con la atención prestada por el tutor académico de la Universidad
PE.TE.2 - 4	Grado de satisfacción del tutor externo con los sistemas de evaluación aplicados
PE.TE.2 - 5	Grado de satisfacción global del tutor externo con la gestión de las prácticas y responsables
PE.TE.3	Valoración de las competencias y habilidades de los estudiantes (valoración de 1=muy baja a 5=muy alta)
PE.TE.3 - 1	Valoración de la capacidad de organización y planificación
PE.TE.3 - 2	Valoración de la capacidad para trabajar en equipo
PE.TE.3 - 3	Valoración de la capacidad de aprendizaje

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

PE.TE PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES EXTERNOS Y EMPLEADORES	
RESULTADOS	
PE.TE.3	Valoración de las competencias y habilidades de los estudiantes (valoración de 1=muy baja a 5=muy alta)
PE.TE.3 - 4	Valoración de las habilidades en las relaciones interpersonales
PE.TE.3 - 5	Valoración de las habilidades de comunicación
PE.TE.3 - 6	Valoración de la capacidad crítica y autocrítica
PE.TE.3 - 7	Valoración de la capacidad de adaptación a nuevas situaciones
PE.TE.3 - 8	Valoración de la capacidad para la toma de decisiones
PE.TE.3 - 9	Valoración de la habilidad para trabajar de forma autónoma
PE.TE.3 - 10	Valoración de la creatividad
PE.TE.3 - 11	Valoración de la iniciativa y espíritu emprendedor
PE.TE.3 - 12	Valoración de la motivación del logro
PE.TE.3 - 13	Valoración del compromiso personal
PE.TE.3 - 14	Valoración de la puntualidad
PE.TE.3 - 15	Valoración del sentido de la responsabilidad
PE.TE.3 - 16	Valoración global de las competencias y habilidades de los estudiantes
PE.TE.4	Preparación de los estudiantes para su inserción laboral
PE.TE.4 - 1	Valoración de la capacidad de adaptación e integración del estudiante en la empresa (valoración de 1=muy baja o nula a 5=muy alta)
PE.TE.4 - 2	Grado de satisfacción con la adquisición de competencias y habilidades necesarias para futura inserción en el mundo laboral (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)
PE.TE.4 - 3	Grado de satisfacción con la preparación y formación previa del estudiante (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)
PE.TE.4 - 4	Grado de interés de la empresa en contar con egresados con el mismo perfil que el de los estudiantes en prácticas (valoración de 1=interés muy bajo o nulo a 5=interés muy alto)
PE.TE.4 - 5	Grado de satisfacción global con la preparación laboral de los estudiantes

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

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 2024/25 prestan sus servicios en la URJC		
Tamaño Población objetivo	854 individuos		
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad		
Método de selección	Censal		
Tasa de respuesta	70,0%		
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción de Personal de Administración y Servicios con la Universidad		
Recogida información	En línea		
Periodo de aplicación	Abril - Junio 2025		
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		3,98
SU.PAS.1 - 2	Grado de satisfacción con los recursos materiales		4,12
SU.PAS.2	Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos de la URJC		
SU.PAS.2 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios		4,24
SU.PAS.2 - 2	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web		4,02
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		4,19
SU.PAS.3 - 2	Grado de satisfacción con los procedimientos de quejas y sugerencias		3,91
SU.PAS.3 - 3	Grado de satisfacción con los aspectos organizativos de la docencia que afectan a sus tareas		3,75
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		4,15
SU.PAS.4 - 2	Grado de satisfacción con su relación con el profesorado		4,04
SU.PAS.4 - 3	Grado de satisfacción con su relación con el alumnado		3,99
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		3,99

DOBLE GRADO EN TURISMO (SEMIPRESENCIAL) Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2379)

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		3,97



Universidad
Rey Juan Carlos

Vicerrectorado de Calidad, Titulaciones
y Enseñanzas Propias

**PLAN GENERAL DE RECOGIDA DE INFORMACIÓN
INDICADORES DE ENCUESTAS
GRADOS PRESENCIALES
2024 / 2025**

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (CÓD. 2344)

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 DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) distribuidos en las siguientes fichas:

NA	NUEVOS ESTUDIANTES DE GRADO (PRESENCIAL)
VD.G	VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)
SG.A	SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL)
SG.E	SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL GRADO
IL.G	INSERCIÓN LABORAL GRADO. PRIMER AÑO POSTERIOR AL EGRESO
AB	CAUSAS DE ABANDONO
SG.PDI	SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL GRADO (PRESENCIAL)
SCU.PDI	SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL CAMPUS Y UNIVERSIDAD (GRADO PRESENCIAL)
PM.IN	SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ESTUDIANTES ENTRANTES
PM.OUT	SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ESTUDIANTES SALIENTES
PE.AG	PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS
PE.TE	PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES EXTERNOS Y EMPLEADORES
SU.PAS	SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS CON LA UNIVERSIDAD

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (CÓD. 2344)

Los datos se han obtenido a partir de las encuestas elaboradas por el Vicerrectorado de Calidad, Titulaciones y Enseñanzas Propias durante el curso académico 2024 / 2025 conforme al mencionado Plan General de Recogida de Información y que se relacionan a continuación:

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

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

NA NUEVOS ESTUDIANTES DE GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de nuevo ingreso en la URJC en el curso académico 2024/25 matriculados en el DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO)	
Tamaño Población objetivo	12 individuos	
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tasa de respuesta	75,0%	
Cuestionario	Cuestionario de Nuevos Alumnos - Grados Presenciales	
Recogida información	En línea	
Periodo de aplicación	Septiembre 2024 - Junio 2025	
RESULTADOS		
NA.1	Perfil socioeconómico	
NA.1 - 1	Edad media de acceso a la Universidad (años)	18,22
NA.1 - 2	Porcentaje de hombres	11,1%
NA.1 - 3	Porcentaje de mujeres	88,9%
NA.1 - 4	Porcentaje de alumnos españoles	100,0%
NA.1 - 5	Porcentaje de alumnos extranjeros	0,0%
NA.1 - 6	Porcentaje de alumnos que han solicitado becas	55,6%
NA.2	Satisfacción con el proceso de matriculación	
NA.2 - 1	Grado de satisfacción con la disponibilidad de la información	3,78
NA.2 - 2	Grado de satisfacción con la claridad de las instrucciones	3,67
NA.2 - 3	Grado de satisfacción con el sistema de ayuda y consulta	3,44
NA.2 - 4	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web	3,67
NA.2 - 5	Grado de satisfacción global con el proceso de matriculación	4,00
NA.3	Valoración de la URJC	
NA.3 - 1	Opinión de los nuevos alumnos sobre la URJC (escala de 1=muy mala a 5=muy buena)	3,89
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)	4,00

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

NA NUEVOS ESTUDIANTES DE GRADO (PRESENCIAL)		
RESULTADOS		
NA.4	Motivación	
NA.4 - 1	Porcentaje de alumnos que habrían escogido la titulación si no hubiesen existido restricciones de acceso	0,0%
NA.5	Inserción laboral	
NA.5 - 1	Grado de conocimiento de las salidas profesionales de la titulación (escala de 1=muy bajo a 5=muy alto)	3,22
NA.5 - 2	Porcentaje de estudiantes interesados en desempeñar en el futuro un trabajo por cuenta ajena en el sector privado	66,7%
NA.5 - 3	Porcentaje de estudiantes interesados en desempeñar en el futuro un trabajo por cuenta ajena en el sector público	22,2%
NA.5 - 4	Porcentaje de estudiantes interesados en desempeñar en el futuro un trabajo en su propia empresa (autónomos) o en empresa familiar	11,1%

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

VD.G VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC matriculados durante el curso académico 2024/25 en asignaturas del DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) siempre que dicha titulación esté desplegada con al menos cinco grupos propios de docencia
Marco	Base de datos del Vicerrectorado de Ordenación Académica y Secretaría de la Universidad
Método de selección	Censal
Tasa de respuesta	Sin asignaturas con grupos propios de docencia. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Valoración Docente - Titulaciones Presenciales
Recogida información	En línea
Periodo de aplicación	Diciembre 2024 - Febrero 2025 (primer semestre) / Mayo - Junio 2025 (segundo semestre)
RESULTADOS	Grado de acuerdo con aspectos docentes (valoración de 1 = completamente en desacuerdo a 5 = completamente de acuerdo)
VD.G.5	Grado de implicación de los estudiantes
VD.G.5 - 1	Porcentaje de estudiantes con una asistencia a clase superior al 25%
VD.G.1	Resultados de la valoración docente (sobre estudiantes con asistencia a clase >25%)
VD.G.1 - 1	Se explica la guía docente
VD.G.1 - 2	Se informa sobre los criterios de evaluación
VD.G.1 - 3	Se respetan los horarios
VD.G.1 - 4	Disponibilidad para atender al alumno
VD.G.1 - 5	Se aclaran las dudas
VD.G.1 - 6	Se explica con claridad
VD.G.1 - 7	Las actividades docentes se ajustan a lo establecido en la guía
VD.G.1 - 8	Se facilita el seguimiento y el aprendizaje
VD.G.1 - 9	La evaluación se ajusta a las especificaciones de la guía docente
VD.G.1 - 10	Se está satisfecho con la labor del profesor
VD.G.2	Resultados globales de la valoración docente (sobre estudiantes con asistencia a clase >25%)
VD.G.2 - 1	Resultados de la valoración docente de primer curso
VD.G.2 - 2	Resultados de la valoración docente de segundo curso
VD.G.2 - 3	Resultados de la valoración docente de tercer curso

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

VD.G VALORACIÓN DOCENTE GRADO (PRESENCIAL)	
RESULTADOS	Grado de acuerdo con aspectos docentes (valoración de 1 = completamente en desacuerdo a 5 = completamente de acuerdo)
VD.G.2	Resultados globales de la valoración docente (sobre estudiantes con asistencia a clase >25%)
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
VD.G.4	Porcentaje de profesores con valoración $\geq 3,5$
VD.G.4 - 1	Porcentaje de profesores de primer curso con valoración $\geq 3,5$
VD.G.4 - 2	Porcentaje de profesores de segundo curso con valoración $\geq 3,5$
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 $\geq 3,5$

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

SG.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL)		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos que durante el curso académico 2024/25 continúan los estudios de DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) que iniciaron al ingresar en la URJC en el curso 2022/23	
Tamaño Población objetivo	6 individuos	
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tasa de respuesta	50,0%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Grado Presencial - Alumnos	
Recogida información	En línea	
Periodo de aplicación	Marzo - Julio 2025	
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	3,33
SG.A.1 - 2	Grado de satisfacción con el número de horas de clase de las asignaturas que se imparten en la titulación	4,00
SG.A.1 - 3	Grado de satisfacción con la carga de trabajo	4,00
SG.A.1 - 4	Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas	3,00
SG.A.1 - 6	Grado de satisfacción global con el proceso formativo	3,58
SG.A.2	Satisfacción con los servicios disponibles	
SG.A.2 - 1	Grado de satisfacción con la Secretaría del Campus	2,33
SG.A.2 - 2	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro	2,67
SG.A.2 - 3	Grado de satisfacción global con los servicios disponibles	2,50
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	3,00
SG.A.3 - 2	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas	3,33
SG.A.3 - 3	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas de informática	3,33
SG.A.3 - 4	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas de informática	3,00
SG.A.3 - 5	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de los laboratorios	3,00

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

SG.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL)		
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SG.A.3	Satisfacción con los espacios de docencia y estudio	
SG.A.3 - 6	Grado de satisfacción con el equipamiento de los laboratorios	3,00
SG.A.3 - 7	Grado de satisfacción con las condiciones de la biblioteca	3,67
SG.A.3 - 8	Grado de satisfacción con los recursos bibliográficos	3,33
SG.A.3 - 9	Grado de satisfacción global con los espacios de docencia y estudio	3,21
SG.A.4	Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos	
SG.A.4 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios	3,33
SG.A.5	Satisfacción con Aula Virtual	
SG.A.5 - 1	Grado de satisfacción con el funcionamiento general de la plataforma	3,67
SG.A.5 - 2	Grado de satisfacción con el aspecto, claridad y facilidad de uso de la plataforma	3,67
SG.A.5 - 3	Grado de satisfacción con el soporte y asistencia técnica	2,67
SG.A.5 - 4	Grado de satisfacción global con Aula Virtual	3,34
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	3,67
SG.A.6 - 2	Grado de satisfacción con la información disponible sobre el Grado	3,33
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	3,33
SG.A.7	Satisfacción con los procedimientos administrativos	
SG.A.7 - 1	Grado de satisfacción con el proceso de matriculación	3,67
SG.A.7 - 2	Grado de satisfacción con los procedimientos de quejas y sugerencias	2,33
SG.A.7 - 3	Grado de satisfacción global con los procedimientos administrativos	3,00
SG.A.8	Satisfacción con la atención recibida	
SG.A.8 - 1	Grado de satisfacción con la labor desarrollada por el coordinador de la Titulación	3,00
SG.A.9	Satisfacción con la vida universitaria	
SG.A.9 - 1	Grado de satisfacción con las actividades deportivas	2,67
SG.A.9 - 2	Grado de satisfacción con las actividades culturales	2,33
SG.A.9 - 3	Grado de satisfacción con las actividades de cooperación y solidaridad	2,33

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

SG.A SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES CON EL GRADO (PRESENCIAL)		
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SG.A.9	Satisfacción con la vida universitaria	
SG.A.9 - 4	Grado de satisfacción global con la vida universitaria	2,44
SG.A.10	Satisfacción global	
SG.A.10 - 1	Grado de satisfacción global con la Titulación	3,67
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	3,00
SG.A.10 - 4	Grado de satisfacción global con los recursos de la Universidad	3,00

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

SG.E SATISFACCIÓN DE LOS EGRESADOS CON EL GRADO	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2023/24 egresaron del DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO)
Tamaño Población objetivo	1 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
Tasa de respuesta	Solo 1 individuo. NO PROCEDE LA ENCUESTA (LOPDGDD)
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral - Grados
Recogida información	Telefónica
Periodo de aplicación	Junio - Octubre 2025
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
SG.E.4	Satisfacción global
SG.E.4 - 1	Grado de satisfacción global con la Titulación

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

IL.G INSERCIÓN LABORAL GRADO. PRIMER AÑO POSTERIOR AL EGRESO	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2023/24 egresaron del DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO)
Tamaño Población objetivo	1 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
Tasa de respuesta	Solo 1 individuo. NO PROCEDE LA ENCUESTA (LOPDGDD)
Cuestionario	Cuestionario de Inserción Laboral - Grados
Recogida información	Telefónica
Periodo de aplicación	Junio - Octubre 2025
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 - 10	Porcentaje de titulados que, un año después del egreso, trabajan en la misma comunidad en la que cursaron sus estudios
IL.G.1 - 11	Porcentaje de titulados asalariados que, un año después del egreso tienen un contrato indefinido a tiempo completo
IL.G.1 - 12	Salario neto medio mensual del empleo, un año después del egreso
IL.G.4	Relación entre los estudios cursados y el empleo del titulado durante el PRIMER año posterior al egreso
IL.G.4 - 1	Porcentaje de titulados que trabajan en el mismo campo de estudios o similar, un año después del egreso

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

IL.G INSERCIÓN LABORAL GRADO. PRIMER AÑO POSTERIOR AL EGRESO	
RESULTADOS	
IL.G.4	Relación entre los estudios cursados y el empleo del titulado durante el PRIMER año posterior al egreso
IL.G.4 - 2	Porcentaje de titulados que desempeñan un puesto de trabajo adecuado a nivel de formación universitaria, un año después del egreso
IL.G.5	Satisfacción con el empleo durante el PRIMER año posterior al egreso (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)
IL.G.5 - 1	Grado de satisfacción, un año después del egreso, con la estabilidad del empleo actual
IL.G.5 - 2	Grado de satisfacción, un año después del egreso, con las perspectivas de futuro del empleo actual
IL.G.5 - 3	Grado de satisfacción, un año después del egreso, con el salario del empleo actual
IL.G.5 - 4	Grado de satisfacción, un año después del egreso, con las posibilidades de promoción del empleo (asalariados) actual
IL.G.5 - 5	Grado de satisfacción, un año después del egreso, con el nivel de conciliación de la vida laboral y familiar del empleo actual
IL.G.5 - 6	Grado de satisfacción global con el empleo, un año después del egreso
IL.G.6	Intereses laborales de los desempleados un año después del egreso
IL.G.6 - 1	Porcentaje de titulados desempleados un año después del egreso, que aceptarían un trabajo que conllevara un cambio de residencia
IL.G.6 - 2	Porcentaje de titulados desempleados un año después del egreso, que aceptarían un trabajo no relacionado con su formación
IL.G.6 - 3	Porcentaje de titulados desempleados un año después del egreso, que aceptarían un trabajo con unos ingresos inferiores a su cualificación
IL.G.6 - 4	Porcentaje de titulados desempleados un año después del egreso, que aceptarían un trabajo con una categoría inferior a sus expectativas
IL.G.6 - 5	Porcentaje de titulados desempleados un año después del egreso, que han tenido alguna oferta de empleo que han rechazado
IL.G.7	Valoración de requisitos para conseguir un empleo. Desempleados un año después del egreso (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)
IL.G.7 - 1	Grado de importancia de la formación universitaria para conseguir un empleo
IL.G.7 - 2	Grado de importancia del expediente académico para conseguir un empleo
IL.G.7 - 3	Grado de importancia de los conocimientos de informática para conseguir un empleo
IL.G.7 - 4	Grado de importancia de la experiencia laboral para conseguir un empleo

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

IL.G INSERCIÓN LABORAL GRADO. PRIMER AÑO POSTERIOR AL EGRESO	
RESULTADOS	
IL.G.7	Valoración de requisitos para conseguir un empleo. Desempleados un año después del egreso (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)
IL.G.7 - 5	Grado de importancia de los conocimientos de idiomas para conseguir un empleo
IL.G.8	Situación de los titulados inactivos un año después del egreso
IL.G.8 - 1	Porcentaje de titulados que, un año después del egreso, no están buscando activamente empleo porque continúan con sus estudios
IL.G.8 - 2	Porcentaje de titulados que, un año después del egreso, no están buscando activamente empleo porque están preparando oposiciones

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

AB CAUSAS DE ABANDONO		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos de la URJC que en el curso académico 2023/24 abandonaron sus estudios de DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO)	
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	
Tasa de respuesta	50,0% sobre 4 individuos con los que es posible comunicar	
Cuestionario	Cuestionario de Abandono	
Recogida información	Telefónica	
Periodo de aplicación	Febrero - Marzo 2025	
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	0,0%
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	100,0%
AB.5 - 3	Porcentaje de alumnos que abandonan por cambio a otra Universidad	0,0%
AB.5 - 4	Porcentaje de alumnos que abandonan los estudios universitarios	0,0%
AB.1 Motivación		
AB.1 - 1	Porcentaje de alumnos que abandonan la titulación que la habrían escogido si no hubiesen existido restricciones	50,0%
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	--
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	--

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

AB CAUSAS DE ABANDONO		
RESULTADOS		
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 - 7	Porcentaje de alumnos que abandonan por causas relacionadas con la organización de la universidad	--
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)	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	100,0%

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

SG.PDI SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL GRADO (PRESENCIAL)	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Profesores de la URJC que en el curso académico 2024/25 imparten asignaturas del DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO), siempre que dicha titulación esté desplegada con al menos cinco asignaturas con grupos propios de docencia
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos del Vicerrectorado de Ordenación Académica
Método de selección	Censal
Tasa de respuesta	Sin asignaturas con grupos propios de docencia. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción del Profesorado con el Grado (Presencial)
Recogida información	En línea
Periodo de aplicación	Mayo - Julio 2025
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
SG.PDI.1 - 2	Grado de satisfacción con el número de horas de clase de las asignaturas que se imparten en la titulación
SG.PDI.1 - 3	Grado de satisfacción con la carga de trabajo del estudiante
SG.PDI.1 - 4	Grado de satisfacción con los conocimientos y competencias adquiridas por los estudiantes
SG.PDI.1 - 5	Grado de satisfacción con la coordinación docente
SG.PDI.1 - 6	Grado de satisfacción global con la organización de la enseñanza
SG.PDI.5 Grado de implicación de los estudiantes	
SG.PDI.5 - 1	Los estudiantes utilizan los recursos disponibles en Aula Virtual (valoración 1=nunca a 5=siempre)
SG.PDI.5 - 2	Los estudiantes atienden y participan en clase (valoración 1=nunca a 5=siempre)
SG.PDI.5 - 3	Los estudiantes solicitan y asisten a las tutorías (valoración 1=nunca a 5=siempre)
SG.PDI.1 - 10	Grado de satisfacción con el interés y participación de los estudiantes en las asignaturas de la titulación
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

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

SG.PDI SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL GRADO (PRESENCIAL)	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)
SG.PDI.4	Satisfacción con otros aspectos relacionados con el proceso formativo
SG.PDI.1 - 8	Grado de satisfacción con las acciones de actualización y mejora docente llevadas a cabo por la Universidad
SG.PDI.1 - 9	Grado de satisfacción con los recursos materiales
SG.PDI.2	Satisfacción global
SG.PDI.2 - 1	Grado de satisfacción global con la Titulación

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

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 2024/25 imparten docencia en un grado presencial del CAMPUS DE MADRID	
Tamaño Población objetivo	1.197 individuos	
Marco	Base de datos del Vicerrectorado de Ordenación Académica	
Método de selección	Censal	
Tasa de respuesta	46,3%	
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción del Profesorado con el Campus y la Universidad - Grados Presenciales	
Recogida información	En línea	
Periodo de aplicación	Mayo - Julio 2025	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SCU.PDI.7	Satisfacción con los servicios del Campus de Madrid (Vicálvaro - M. Becerra - Quintana)	
SCU.PDI.7 - 1	Grado de satisfacción con el servicio de Información y Registro (Madrid)	4,15
SCU.PDI.7 - 2	Grado de satisfacción con la gestión del Campus de Madrid (Gerencia)	4,00
SCU.PDI.8	Satisfacción con las instalaciones e infraestructuras de Madrid (Vicálvaro - M. Becerra - Quintana)	
SCU.PDI.8 - 1	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas (Madrid)	3,81
SCU.PDI.8 - 2	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas (Madrid)	4,03
SCU.PDI.8 - 3	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de las aulas de informática (Madrid)	4,01
SCU.PDI.8 - 4	Grado de satisfacción con el equipamiento de las aulas de informática (Madrid)	4,14
SCU.PDI.8 - 5	Grado de satisfacción con las condiciones visuales, acústicas y ambientales de los laboratorios (Madrid)	4,17
SCU.PDI.8 - 6	Grado de satisfacción con el equipamiento de los laboratorios (Madrid)	4,15
SCU.PDI.8 - 7	Grado de satisfacción con las condiciones de la biblioteca (Madrid)	4,26
SCU.PDI.8 - 8	Grado de satisfacción con los recursos bibliográficos (Madrid)	4,02
SCU.PDI.8 - 9	Grado de satisfacción global con el Campus de Madrid	4,07
SCU.PDI.11	Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos de la URJC	
SCU.PDI.11 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios	4,28
SCU.PDI.11 - 2	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web	4,12

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

SCU.PDI	SATISFACCIÓN DEL PROFESORADO CON EL CAMPUS Y UNIVERSIDAD (GRADO PRESENCIAL)	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)	
SCU.PDI.12	Satisfacción con Aula Virtual	
SCU.PDI.12 - 1	Grado de satisfacción con el funcionamiento general de la plataforma	4,26
SCU.PDI.12 - 2	Grado de satisfacción con el aspecto, claridad y facilidad de uso de la plataforma	4,08
SCU.PDI.12 - 3	Grado de satisfacción con los cursos y actividades formativas de Aula Virtual	4,17
SCU.PDI.12 - 4	Grado de satisfacción con el soporte y asistencia del equipo técnico (asesores técnico-docentes) de Aula Virtual	4,21
SCU.PDI.12 - 5	Grado de satisfacción con la información y recursos disponibles en la web de Aula Virtual y URJC Online	4,11
SCU.PDI.13	Satisfacción con los procedimientos administrativos de la URJC	
SCU.PDI.13 - 1	Grado de satisfacción con los procedimientos de quejas y sugerencias	3,75
SCU.PDI.14	Satisfacción global con los servicios de la URJC	
SCU.PDI.14 - 1	Grado de satisfacción global con los servicios de la Universidad	3,97

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

PM.IN SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ESTUDIANTES 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 DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) durante el curso académico 2024/25
Tamaño Población objetivo	0 individuos
Marco	Base de datos de la Unidad de Relaciones Internacionales y de Secretaría de la Universidad
Método de selección	Censal
Tasa de respuesta	Sin población objetivo. NO PROCEDE LA ENCUESTA
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Programa de Movilidad - Alumnos Entrantes
Recogida información	En línea
Periodo de aplicación	Febrero - Julio 2025
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.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

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

PM.IN SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ESTUDIANTES ENTRANTES	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)
PM.IN.3	Satisfacción con la información, acogida e integración
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

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

PM.OUT SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ESTUDIANTES SALIENTES	
FICHA TÉCNICA	
Población objetivo	Alumnos de la URJC matriculados en el DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) que en el curso académico 2024/25 a través de los programas ERASMUS o MUNDE han cursado estudios en universidades extranjeras
Tamaño Población objetivo	1 individuos
Marco	Base de Datos de la Unidad de Relaciones Internacionales
Método de selección	Censal con abandono del individuo tras el séptimo intento. Para el cálculo de %m solo se consideran aquellos individuos con los que es posible comunicar, se descartan de la población individuos sin teléfono o con teléfono erróneo
Tasa de respuesta	Solo 1 individuo. NO PROCEDE LA ENCUESTA (LOPDGDD)
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción con el Programa de Movilidad - Alumnos Salientes
Recogida información	Telefónica
Periodo de aplicación	Octubre 2025
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.)

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

PM.OUT SATISFACCIÓN CON EL PROGRAMA DE MOVILIDAD. ESTUDIANTES SALIENTES	
RESULTADOS	Grado de satisfacción (valoración 1 = completamente insatisfecho a 5 = completamente satisfecho)
PM.OUT.3	Satisfacción con la calidad académica de la institución de destino
PM.OUT.3 - 3	Grado de satisfacción con el material de estudio proporcionado por la institución de acogida
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	Experiencia personal (valoración de 1=completamente en desacuerdo a 5=completamente de acuerdo)
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

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

PE.AG		PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Alumnos del DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) de la URJC que han realizado prácticas curriculares en empresas y se les ha calificado la asignatura entre el 01/09/2024 y el 31/08/2025	
Tamaño Población objetivo	3 individuos	
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tasa de respuesta	100,0%	
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas Externas - Alumnos de Grado	
Recogida información	En línea	
Periodo de aplicación	Septiembre 2024 - Agosto 2025	
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	66,7%
PE.AG.1 - 4	Porcentaje de alumnos para los que la duración de las prácticas ha sido larga	33,3%
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)	3,67
PE.AG.2	Inserción laboral	
PE.AG.2 - 1	Porcentaje de alumnos que han conseguido un contrato de trabajo mediante las prácticas	100,0%
PE.AG.2 - 2	Porcentaje de alumnos para los que las prácticas han aumentado sus expectativas de obtener un trabajo	100,0%
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	4,67
PE.AG.3 - 2	Grado de satisfacción con la preparación adquirida para la futura inserción del alumno en el mundo laboral	4,33
PE.AG.3 - 3	Grado de satisfacción global con las competencias adquiridas	4,50

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

PE.AG PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DEL ESTUDIANTE EN PRÁCTICAS		
RESULTADOS		
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 o responsables de las prácticas	1,67
PE.AG.4 - 2	Grado de satisfacción con la gestión administrativa de la Unidad de Prácticas Externas o responsables de las prácticas (trámites, documentación,...)	3,67
PE.AG.4 - 3	Grado de satisfacción con la atención prestada por el tutor académico en la Universidad	1,00
PE.AG.4 - 4	Grado de satisfacción con los sistemas de evaluación aplicados	3,00
PE.AG.4 - 5	Grado de satisfacción global con la gestión de las prácticas y responsables	2,34
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	4,67

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

PE.TE PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES EXTERNOS Y EMPLEADORES		
FICHA TÉCNICA		
Población objetivo	Tutores externos y empleadores de los alumnos del DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) de la URJC que han realizado prácticas curriculares en empresas a los que han evaluado entre el 01/09/24 y el 31/08/2025	
Tamaño Población objetivo	11 individuos	
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad	
Método de selección	Censal	
Tasa de respuesta	100,0%	
Cuestionario	Cuestionario de Prácticas externas Grado - Tutor Externo y Empleadores	
Recogida información	En línea	
Periodo de aplicación	Septiembre 2024 - Agosto 2025	
RESULTADOS		
PE.TE.1	Características de las prácticas	
PE.TE.1 - 1	Grado de satisfacción del tutor externo con la duración de las prácticas (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	4,45
PE.TE.1 - 6	Grado de afinidad de las prácticas con la titulación del estudiante (valoración de 1=muy bajo a 5=muy alto)	4,55
PE.TE.2	Satisfacción con la gestión de las prácticas y responsables (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	
PE.TE.2 - 1	Grado de satisfacción del tutor externo con la información recibida de la Unidad de Prácticas Externas o responsables de las prácticas	4,45
PE.TE.2 - 2	Grado de satisfacción del tutor externo con la gestión administrativa en la Unidad de Prácticas Externas o responsables de las prácticas (trámites, documentación,...)	4,73
PE.TE.2 - 3	Grado de satisfacción del tutor externo con la atención prestada por el tutor académico de la Universidad	4,27
PE.TE.2 - 4	Grado de satisfacción del tutor externo con los sistemas de evaluación aplicados	4,27
PE.TE.2 - 5	Grado de satisfacción global del tutor externo con la gestión de las prácticas y responsables	4,43
PE.TE.3	Valoración de las competencias y habilidades de los estudiantes (valoración de 1=muy baja a 5=muy alta)	
PE.TE.3 - 1	Valoración de la capacidad de organización y planificación	4,73
PE.TE.3 - 2	Valoración de la capacidad para trabajar en equipo	4,91
PE.TE.3 - 3	Valoración de la capacidad de aprendizaje	5,00

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

PE.TE PRÁCTICAS EXTERNAS DE GRADO. SATISFACCIÓN DE LOS TUTORES EXTERNOS Y EMPLEADORES		
RESULTADOS		
PE.TE.3	Valoración de las competencias y habilidades de los estudiantes (valoración de 1=muy baja a 5=muy alta)	
PE.TE.3 - 4	Valoración de las habilidades en las relaciones interpersonales	4,82
PE.TE.3 - 5	Valoración de las habilidades de comunicación	4,82
PE.TE.3 - 6	Valoración de la capacidad crítica y autocrítica	4,73
PE.TE.3 - 7	Valoración de la capacidad de adaptación a nuevas situaciones	4,82
PE.TE.3 - 8	Valoración de la capacidad para la toma de decisiones	4,18
PE.TE.3 - 9	Valoración de la habilidad para trabajar de forma autónoma	4,64
PE.TE.3 - 10	Valoración de la creatividad	4,55
PE.TE.3 - 11	Valoración de la iniciativa y espíritu emprendedor	4,82
PE.TE.3 - 12	Valoración de la motivación del logro	4,91
PE.TE.3 - 13	Valoración del compromiso personal	4,91
PE.TE.3 - 14	Valoración de la puntualidad	4,82
PE.TE.3 - 15	Valoración del sentido de la responsabilidad	4,91
PE.TE.3 - 16	Valoración global de las competencias y habilidades de los estudiantes	4,77
PE.TE.4	Preparación de los estudiantes para su inserción laboral	
PE.TE.4 - 1	Valoración de la capacidad de adaptación e integración del estudiante en la empresa (valoración de 1=muy baja o nula a 5=muy alta)	4,70
PE.TE.4 - 2	Grado de satisfacción con la adquisición de competencias y habilidades necesarias para futura inserción en el mundo laboral (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	4,91
PE.TE.4 - 3	Grado de satisfacción con la preparación y formación previa del estudiante (valoración de 1=completamente insatisfecho a 5=completamente satisfecho)	4,82
PE.TE.4 - 4	Grado de interés de la empresa en contar con egresados con el mismo perfil que el de los estudiantes en prácticas (valoración de 1=interés muy bajo o nulo a 5=interés muy alto)	4,91
PE.TE.4 - 5	Grado de satisfacción global con la preparación laboral de los estudiantes	4,84

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

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 2024/25 prestan sus servicios en la URJC		
Tamaño Población objetivo	854 individuos		
Marco	Base de datos de Secretaría de la Universidad		
Método de selección	Censal		
Tasa de respuesta	70,0%		
Cuestionario	Cuestionario de Satisfacción de Personal de Administración y Servicios con la Universidad		
Recogida información	En línea		
Periodo de aplicación	Abril - Junio 2025		
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		3,98
SU.PAS.1 - 2	Grado de satisfacción con los recursos materiales		4,12
SU.PAS.2	Satisfacción con los recursos informáticos y tecnológicos de la URJC		
SU.PAS.2 - 1	Grado de satisfacción con Portal de Servicios		4,24
SU.PAS.2 - 2	Grado de satisfacción con el funcionamiento de la página web		4,02
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		4,19
SU.PAS.3 - 2	Grado de satisfacción con los procedimientos de quejas y sugerencias		3,91
SU.PAS.3 - 3	Grado de satisfacción con los aspectos organizativos de la docencia que afectan a sus tareas		3,75
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		4,15
SU.PAS.4 - 2	Grado de satisfacción con su relación con el profesorado		4,04
SU.PAS.4 - 3	Grado de satisfacción con su relación con el alumnado		3,99
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		3,99

DOBLE GRADO EN TURISMO Y MARKETING (MADRID-VICÁLVARO) (Cód. 2344)

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		3,97