

Informe d'Enquestes de satisfacció de l'actuació docent avaluada per part dels estudiants per al Màster Universitari en Direcció de Màrqueting

Període comprès curs 2023-24

1Q y 2Q

Euncet, setembre 2024

1 Descripció

Aquest informe té com a objectiu presentar els resultats obtinguts de les enquestes de satisfacció realitzades per part dels estudiants a cadascun dels docents per a les diferents assignatures que compon el Màster en Direcció de Màrqueting, i el període dels quals correspon al curs acadèmic 2023-2024, en el seu primer i segon quadrimestre. Per tant, en aquesta enquesta, els estudiants valoren qüestions relacionades amb l'activitat desenvolupada pel professor a l'aula.

1.1 Resum

Els resultats corresponen a la titulació oficial de:

- Màster en Direcció de Màrqueting (MUDM)

D'altra banda, s'informa de la participació obtinguda en les enquestes per part dels estudiants, la qual n'ha assolit un:

- 98 % Màster en Direcció de Màrqueting (MUDM)

A continuació, s'explica les **CARACTERÍSTIQUES DE L'ENQUESTA**:

- Enquesta en format digital que els estudiants han contestat a través de la nova plataforma e-Euncet.
- El professor objecte d'avaluació ha estat el que ha impartit classes durant el primer i segon quadrimestre del curs acadèmic 2023-24.
- El model d'enquesta utilitzat ha constatat de 10 preguntes tal com es veu a continuació:

Preguntes relacionades amb el professor

Codi Pregunta

87 El professor / a ha presentat clarament a l'inici de curs els objectius, continguts i programació de les activitats de l'assignatura

88 El professor / a ha seguit la programació de les activitats de l'assignatura

89 Independentment del grau de dificultat de l'assignatura, el professor / a explica bé el contingut

90 El professor / a fomenta la participació, el debat i els intercanvis d'opinió

91 El professor / a es mostra accessible per a la realització de consultes sobre l'assignatura

92 El material del curs (presentacions a classes, casos, exercicis, lectures, material de consulta, bibliografia, ...) està ben preparat i resulta útil per a l'aprenentatge de l'assignatura

93 En general estic satisfet / a amb l'activitat docent duta a terme pel professor / a de l'assignatura

Preguntes relacionades amb l'assignatura

Codi Pregunta

- * 94 Valora el nivell de dificultat d' aquesta assignatura respecte a les altres assignatures
- 95 En aquesta assignatura he après coses que considero valuoses per a la meva formació
- 96 Els exàmens i Treballs es correspon amb els Objectius de l' assignatura

Les respostes de totes les preguntes excepte la número 94 segueixen la següent escala: 1. Molt en desacord 2. En desacord 3. Neutre 4. D' acord 5. Molt d'acord

La pregunta 94 en tenir una escala de mesura diferent: 1. Molt difícil 2. Difícil 3. Normal 4. Fàcil 5. Molt fàcil, els seus resultats no han estat inclosos en aquest informe.

Informe Màster en Direcció de Màrqueting

1.1.1 Presentació de resultats

1. Màster Universitari en Direcció de Màrqueting (MUDM)- Primer quadrimestre

Asignatura	GRUPOS	87	88	89	90	91	92	93	95	96	Media	%participación
Proceso de planificación comercial y de marketing en las organizaciones ENG	G1	3,79	3,94	3,82	3,94	3,97	3,91	3,68	3,88	3,82	3,86	94%
Investigación de mercados, gestión de la información y toma de decisiones ENG	G1	4,14	4,28	4,21	4,32	4,21	4,14	4,21	4,20	4,26	4,22	95%
Impacto financiero de las decisiones estratégicas ENG	G1	4,22	4,28	4,22	4,33	4,33	4,25	4,31	4,11	4,25	4,26	95%
Marketing en entornos digitales ENG	G1	4,24	4,29	4,32	4,38	4,26	4,29	4,29	4,35	4,21	4,29	94%
Branding corporativo ENG	G1	4,44	4,40	4,36	4,46	4,37	4,33	4,35	4,34	4,33	4,38	92%
Cultura corporativa ENG	G1	4,32	4,26	4,32	4,26	4,18	4,26	4,29	4,26	4,29	4,27	92%
Proceso de planificación comercial y de marketing en las organizaciones ESP	G1	4,68	4,42	4,58	4,63	4,32	4,42	4,53	4,68	4,42	4,52	100%
Investigación de mercados, gestión de la información y toma de decisiones ESP	G1	4,63	4,63	4,74	4,71	4,71	4,74	4,74	4,77	4,61	4,70	100%
Impacto financiero de las decisiones estratégicas ESP	G1	4,68	4,63	4,74	4,68	4,74	4,53	4,68	4,58	4,79	4,67	90%
Marketing en entornos digitales ESP	G1	4,05	4,21	3,74	4,32	4,26	4,16	3,79	4,21	3,89	4,07	100%
Branding corporativo ESP	G1	4,64	4,45	4,50	4,53	4,56	4,36	4,56	4,44	4,44	4,50	95%
Cultura corporativa ESP	G1	4,74	4,68	4,58	4,68	4,63	4,58	4,68	4,53	4,68	4,64	100%
Total		4,38	4,37	4,34	4,44	4,38	4,33	4,34	4,36	4,33	4,36	96%

Informe Màster en Direcció de Màrqueting

Segon quadrimestre

Asignatura	GRUPOS	87	88	89	90	91	92	93	95	96	Media	%participación
Estrategias de Comunicación	G1	4,37	4,47	4,37	4,42	4,47	4,32	4,32	4,21	4,16	4,35	100%
Dirección de Comunicación	G1	4,42	4,47	4,47	4,42	4,42	4,53	4,47	4,42	4,37	4,44	100%
Planificación de Medios	G1	4,27	4,29	4,16	4,29	4,29	4,32	4,29	4,29	4,21	4,27	100%
Communication strategies	G1	4,37	4,47	4,37	4,42	4,47	4,32	4,32	4,21	4,16	4,35	100%
Communication management	G1	4,42	4,47	4,47	4,42	4,42	4,53	4,47	4,42	4,37	4,44	100%
Process of marketing and commercial planning in organizations	G1	4,27	4,29	4,11	4,29	4,29	4,32	4,29	4,29	4,21	4,26	100%
Total general		4,37	4,43	4,37	4,39	4,41	4,40	4,37	4,31	4,25	4,35	100%