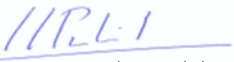




	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		FACULTAD DE CIENCIAS DE LA DOCUMENTACIÓN Y LA COMUNICACIÓN
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_FDyC	

INFORME ANUAL

MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET


CURSO 2023-2024

Elaborado y aprobado por la Comisión de Calidad del título Fecha: 29-01-2025	Revisado y aprobado por la Comisión de calidad del Centro Fecha: 30-01-2025	Revisado y Aprobado por la Junta de Centro Fecha: 03-02-2025
Firma:  D ^a . Margarita Pérez Pulido. Coordinadora de la Comisión.	Firma:  D ^a . Patricia de Casas Moreno. Responsable de Calidad.	Firma:   D. Javier Trabadela Robles. Secretario Académico.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	


Índice

1. Datos identificativos de la titulación	3
2. Indicadores del título	4
2.1. Indicadores de demanda universitaria.....	5
2.1.1. Personas matriculadas de nuevo ingreso en primer curso (OBIN_DU-017)	5
2.2. Indicadores de resultados académicos	6
2.2.1. Tasa de rendimiento (OBIN_RA-002)	6
2.2.2. Tasa de abandono (OBIN_RA-001)	7
2.2.3. Tasa de graduación (OBIN_RA-004)	8
2.2.4. Tasa de eficiencia (OBIN_RA-006)	9
2.2.5. Tasas de éxito por curso y asignaturas (OBIN_RA-003)	10
2.3. Indicadores satisfacción de los usuarios	11
2.3.1. Satisfacción con la actuación docente (OBIN_SU-001).....	11
2.3.2. Satisfacción con la titulación	12
2.3.3. Satisfacción con los recursos (OBIN_SU-007)	14
2.4. Indicadores de proceso académico.....	15
2.4.1. Personas egresadas (OBIN_PA-005).....	15
2.4.2. Ratio de estudiantes por docente (OBIN_PA-010).....	17
3. Valoración del título (criterios y directrices)	18
3.1. Criterio 1. Desarrollo y despliegue del plan de estudios	18
3.2. Criterio 2. Información y transparencia	19
3.3. Criterio 3. Garantía de calidad, revisión y mejora.....	20
3.4. Criterio 4. Personal académico y personal de apoyo a la docencia	20
3.5. Criterio 5. Recursos para el aprendizaje	22
3.6. Criterio 6. Resultados de aprendizaje	23
3.7. Criterio 7. Indicadores de rendimiento y egreso	24
4. Reclamaciones	25
5. Plan de mejoras.....	1
5.1. Cumplimiento del plan de mejoras del curso anterior	1
5.2. Plan de mejoras para el próximo curso.....	2

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

1. Datos identificativos de la titulación

Denominación	MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET
Menciones/Especialidades	
Número de créditos	60
Centro(s) donde se imparte	Facultad De Ciencias De La Documentación Y La Comunicación
Nombre del Centro	Facultad De Ciencias De La Documentación Y La Comunicación
Menciones / Especialidades que se imparten en el Centro	
Modalidad(es) en la que se imparte el título en el Centro y, en su caso, modalidad en la que se imparten las menciones / especialidades	Virtual
Año de implantación	2016-17
Enlace web de la titulación	https://alcazaba.unex.es/titulaciones/1708/#tab-presentation
Enlace web de la Comisión de Calidad del Título	https://alcazaba.unex.es/sgic/comision-de-calidad-de-las-titulaciones/
Coordinador/a de la Comisión de Calidad del Título	MARGARITA PÉREZ PULIDO
Plazas de nuevo ingreso (ofertadas) (Memoria verificada)	20

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

2. Indicadores del título


Se presentan en esta sección los datos relativos a los siguientes indicadores:

Demanda	Resultados	Satisfacción	Proceso académico
Personas matriculadas de nuevo ingreso en primer curso (OBIN_DU-017)	Tasa de rendimiento (OBIN_RA-002)	Satisfacción con la actuación docente (OBIN_SU-001)	Personas egresadas (OBIN_PA-005)
	Tasa de abandono (OBIN_RA-001)	Satisfacción del alumnado con la titulación (OBIN_SU-004)	Ratio de estudiante por docente (OBIN_PA-010)
	Tasa de graduación (OBIN_RA-004)	Satisfacción del PDI con la titulación (OBIN_SU-005)	
	Tasa de eficiencia (OBIN_RA-006)	Satisfacción del PTGAS con la gestión de las titulaciones del centro (OBIN_SU-006)	
	Tasa de éxito (OBIN_RA-003)	Satisfacción del alumnado con las instalaciones y los recursos (OBIN_SU-007)	

La definición y el cálculo de cada indicador está detallada en el Catálogo de indicadores de la UEx.

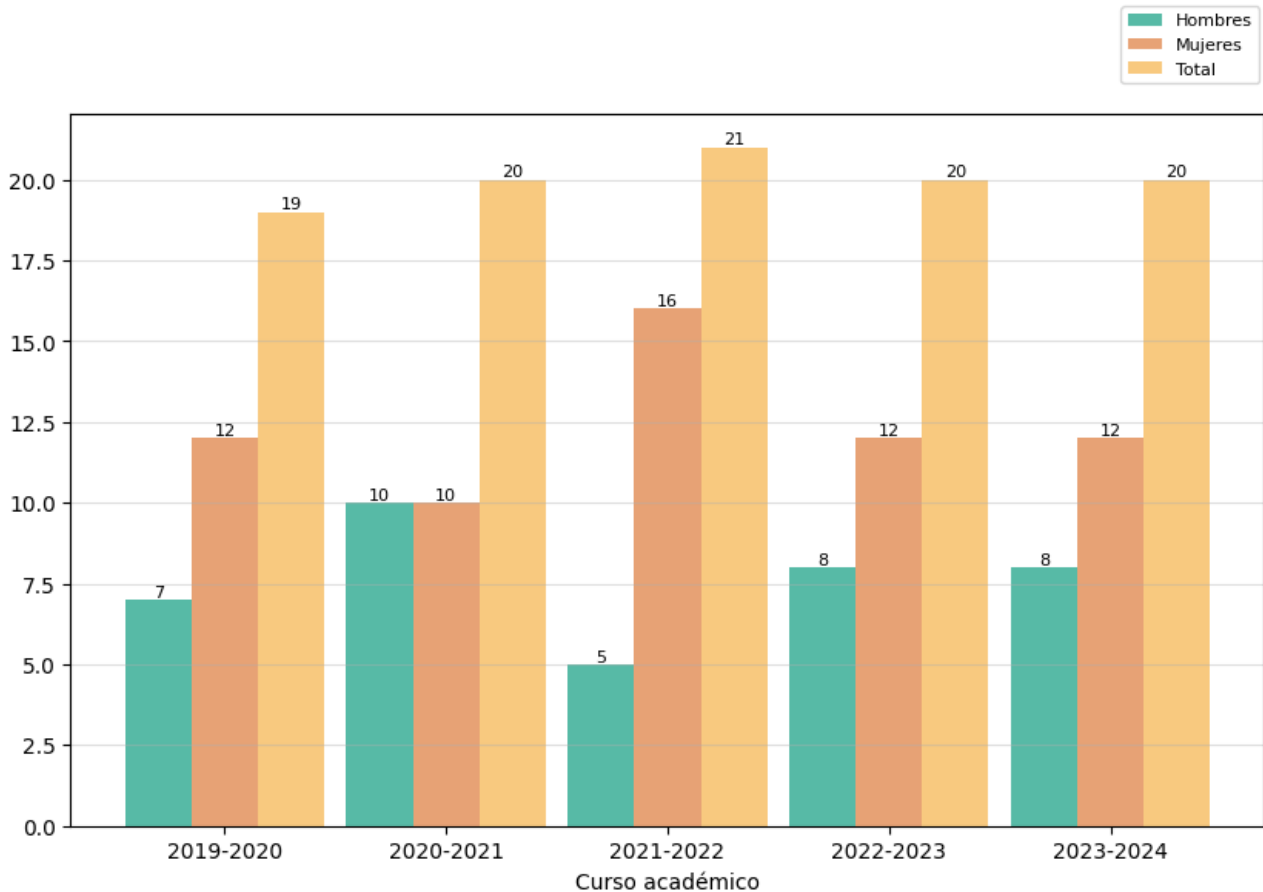
La relación completa de indicadores universitarios (por plan de estudios de cada centro, por departamentos y por asignaturas) se puede consultar en el [Observatorio de Indicadores de la UEx¹](https://utec.unex.es/funciones/estadisticas-e-indicadores-universitarios/).

¹ <https://utec.unex.es/funciones/estadisticas-e-indicadores-universitarios/>

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

2.1. Indicadores de demanda universitaria


2.1.1. Personas matriculadas de nuevo ingreso en primer curso (OBIN_DU-017)



Reflexión sobre el indicador

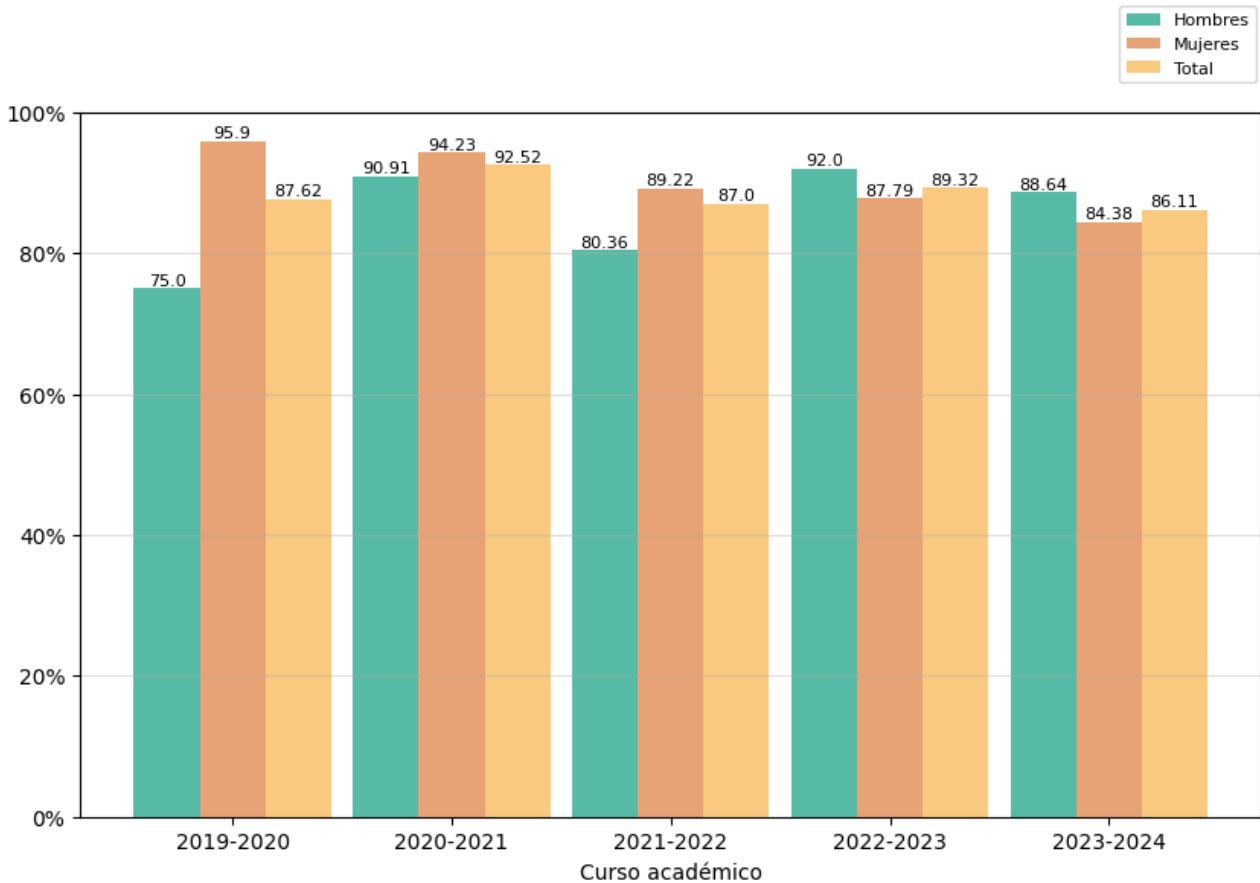
El indicador permanece estable durante los últimos cinco cursos del Máster, ya que el número de estudiantes (se utiliza el término estudiantes como genérico para las/los estudiantes) matriculados de nuevo ingreso se mantiene en el número que especifica la Memoria Verificada (20), si bien hay que decir que, en el curso 2019-2020 ha habido 19 matriculados y en el curso 2021-22 se llegó a 21 matriculados de manera excepcional. En este curso 2023-2024 se cumple con el número establecido en la Memoria Verificada del Título (20).

Atendiendo a la diferencia de género, si bien en el curso 2020-21 se mostró un equilibrio (10 mujeres y 10 hombres matriculados), a partir del curso 2021-22 se vuelve a la tendencia anterior de predominio de mujeres matriculadas por encima de los hombres matriculados, habiendo en este curso 2023-2024, 12 mujeres y 8 hombres matriculados de nuevo ingreso en el primer curso.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	


2.2. Indicadores de resultados académicos

2.2.1. Tasa de rendimiento (OBIN_RA-002)

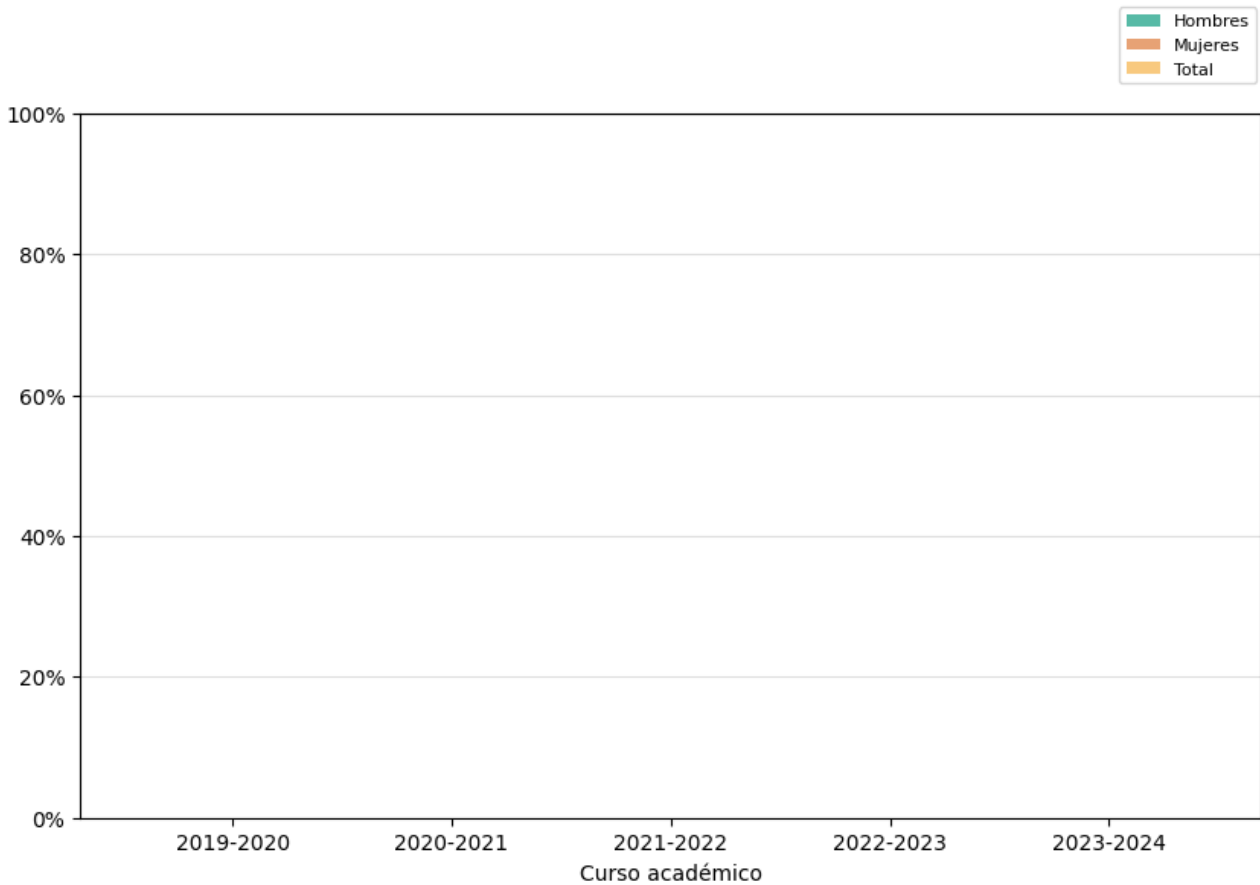


Reflexión sobre el indicador

La tasa de rendimiento se mantiene durante estos cinco últimos cursos por encima del 85% si bien ha ido oscilando sobre ese porcentaje desde el inicio del Máster, llegando a más del 92% en el curso 2020-2021. Para este curso 2023-2024 el porcentaje ha sido del 86,11% lo cual ha descendido ligeramente respecto al año anterior. Aun así, se considera que el grado de eficacia del alumno (se utiliza el término alumno/s como genérico para las/los alumnos) y la institución en general es alto de acuerdo con este resultado. Atendiendo a la diferencia de género, se observa un mayor porcentaje de eficacia en mujeres que en hombres a lo largo de los primeros cursos analizados, cambiando la tendencia en los dos últimos cursos y, en concreto, en este curso 2023-2024 donde los hombres han alcanzado un porcentaje de 88,64% mientras que las mujeres han obtenido un 84,38%.


	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

2.2.2. Tasa de abandono (OBIN_RA-001)

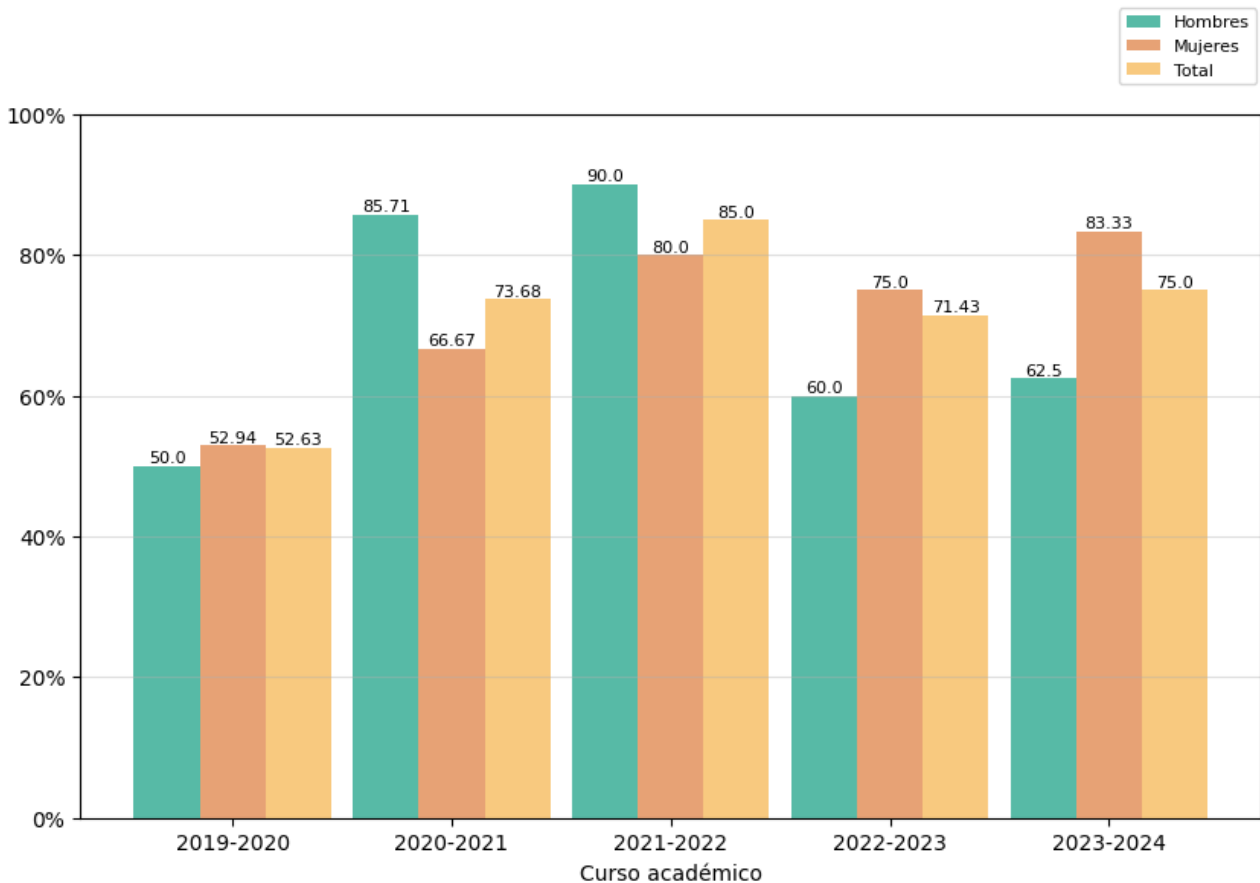


Reflexión sobre el indicador

De acuerdo con los datos obtenidos de la Unidad Técnica de Evaluación y Calidad (UTEC) de la Universidad de Extremadura (Uex), la tasa de abandono es de 0 para todos los años analizados, lo que reconoce la continuidad del alumnado en la titulación.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	


2.2.3. Tasa de graduación (OBIN_RA-004)



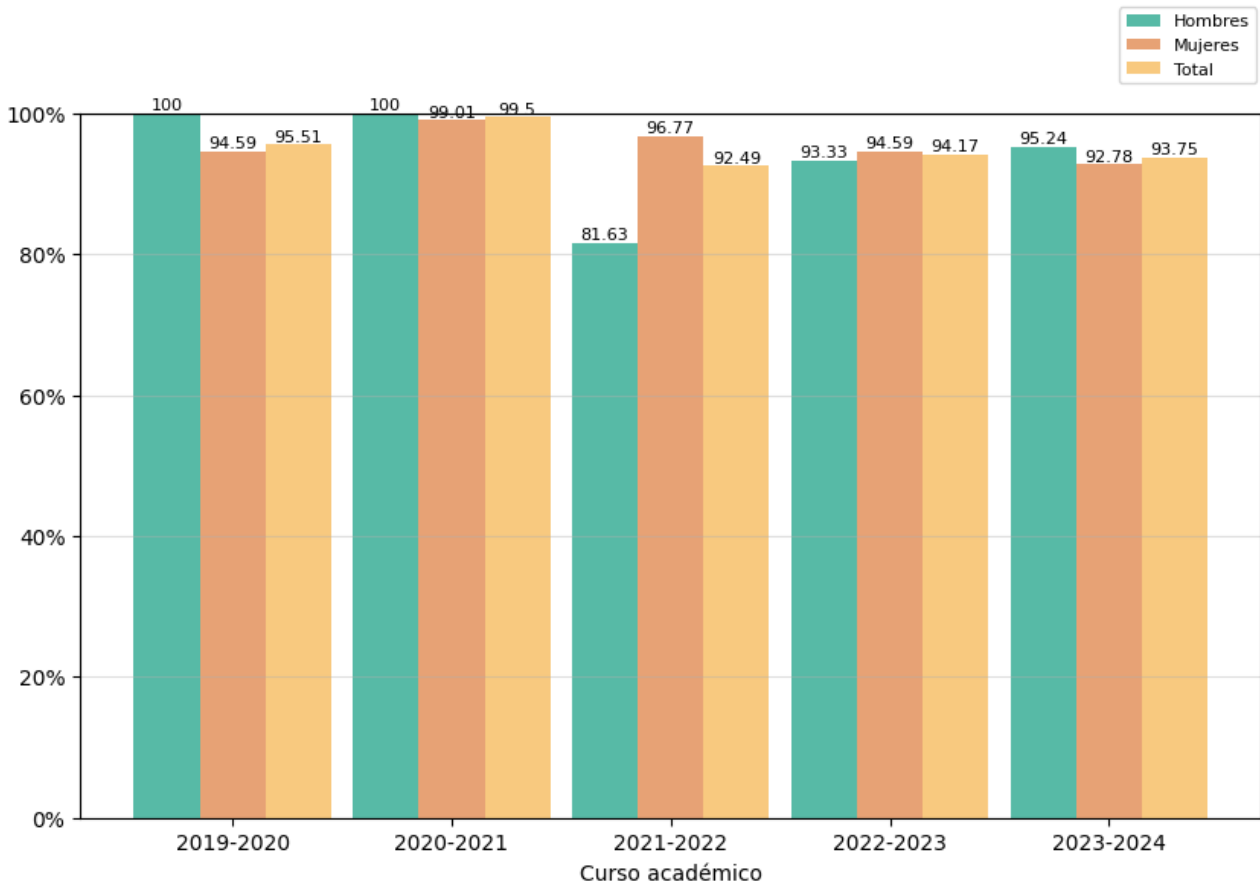
Reflexión sobre el indicador

La tasa de graduación muestra unos porcentajes muy variables a lo largo de los cinco cursos del periodo de análisis. De acuerdo con lo que establece la Memoria Verificada del Título (65%) se puede decir que en todos los cursos se ha superado el porcentaje, excepto en el curso 2019-2020 que se llegó a un 52,63%. Durante el curso 2021-2022 se alcanzó un 85%, el porcentaje más alto de todo el periodo, descendiendo en el curso 2022-2023 a un 71,43% pero aumentando de nuevo en este último curso 2023-2024 hasta un 75%. A los alumnos del Máster les cuesta finalizar los estudios en el tiempo previsto en el plan de estudios debido fundamentalmente a la necesidad de utilizar varias convocatorias para defender el TFM. Un motivo de ello puede ser el alto porcentaje de alumnos que compatibilizan estudios y trabajo y que, por tanto, está relacionado con el tiempo de dedicación al estudio y trabajo académico. El porcentaje más alto de tasa de graduación (85%) se dio en el curso 2021-2022 coincidente con el periodo de pandemia y aún no ha sido superado.

Atendiendo a la diferencia de género, parece que los hombres superan a las mujeres en dos de los cursos del periodo analizado, sucediendo lo contrario en los dos últimos cursos 2022-2023 y 2023-2024.


	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

2.2.4. Tasa de eficiencia (OBIN_RA-006)



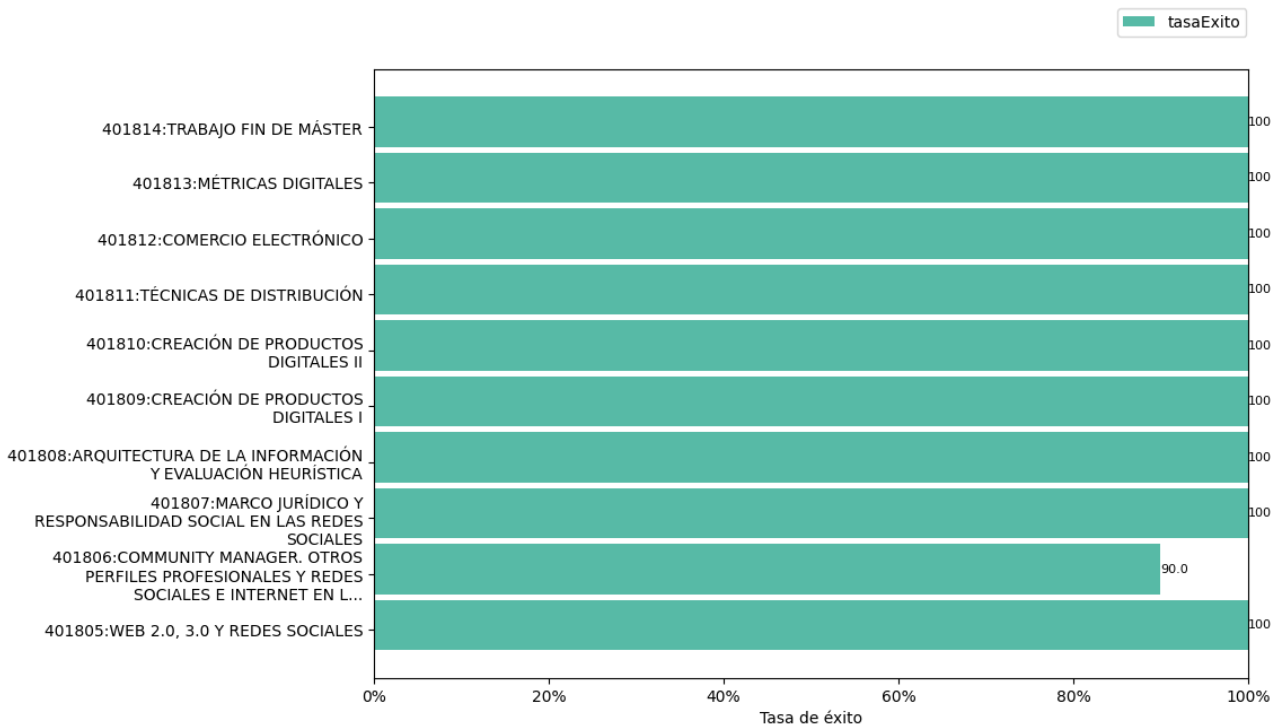
Reflexión sobre el indicador

La Tasa de Eficiencia durante todo el periodo de análisis es muy alta y supera el 85%, porcentaje estimado por la Memoria Verificada del Título. El grado de efectividad de los alumnos parece que ha sido mayor en los hombres (llegando al 100%) en los dos primeros cursos del periodo de análisis, y a partir del curso 2021-2022 han sido las mujeres las que han superado en porcentaje a los hombres (96,77% en 2021-2022 y 94.59% en 2022-2023 respectivamente). El porcentaje de eficiencia de este último curso 2023-2024 (93,75%) ha quedado ligeramente por debajo del curso anterior (94,17%) y los hombres (95,24%) han superado a las mujeres (92,78%) respecto al curso anterior.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	


2.2.5. Tasas de éxito por curso y asignaturas (OBIN_RA-003)

Tasa de éxito de las asignaturas de 1º. Curso 2023-2024



Reflexión sobre el indicador

La Tasa de Éxito de las asignaturas durante este curso 2023-2024 es muy alta ya que todas las asignaturas han alcanzado el 100% excepto una de ellas que ha superado el 90%. Este indicador siempre ha permanecido muy alto a lo largo de todo el periodo de impartición del Máster, por lo que se considera positivo y demuestra la eficacia en la superación de los créditos por parte de los estudiantes.

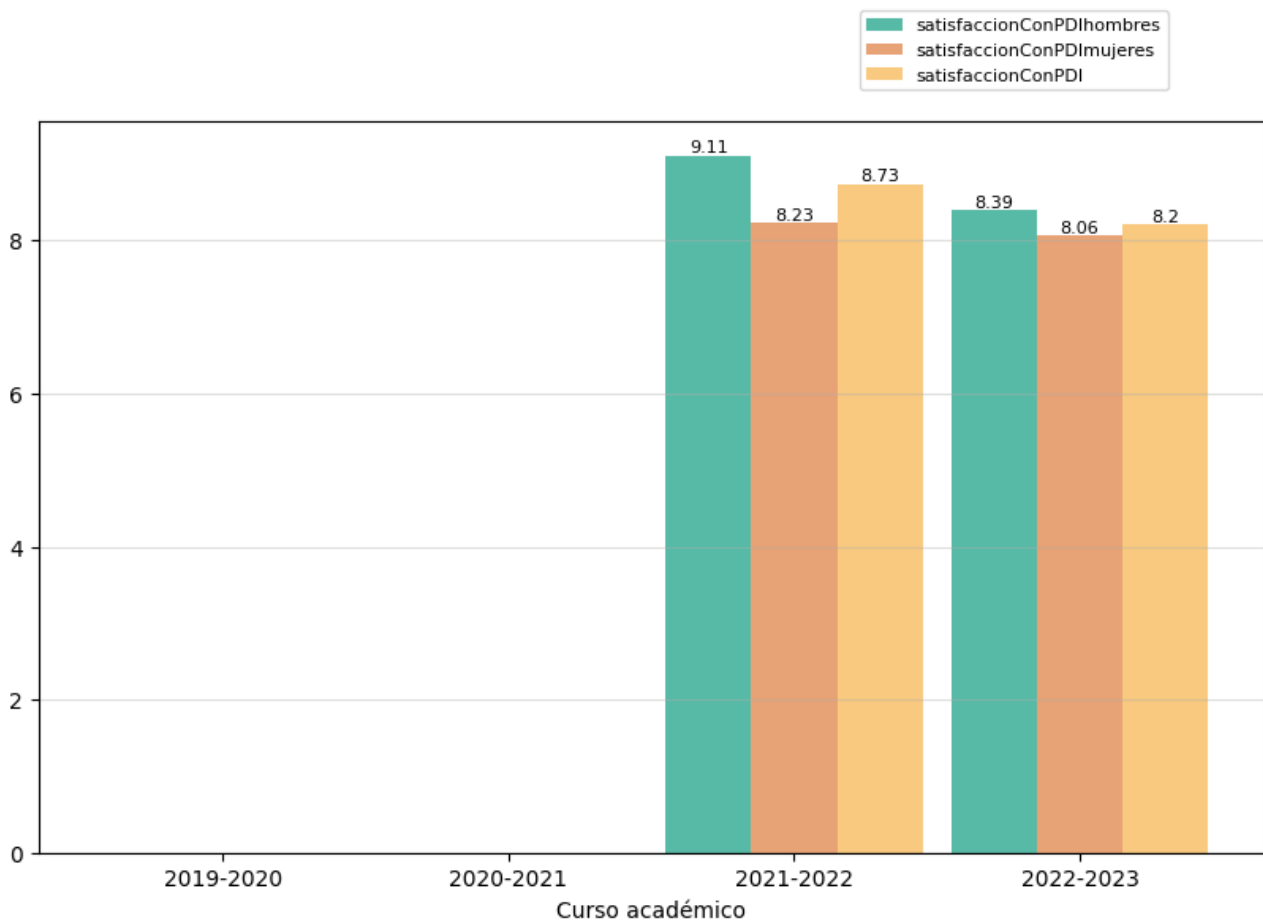
	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

2.3. Indicadores satisfacción de los usuarios

Los indicadores de satisfacción de los usuarios (estudiantes, docentes y personal técnico, de gestión y de administración y servicios) se miden con distinta periodicidad: algunos se miden anualmente y otros bienalmente.


2.3.1. Satisfacción con la actuación docente (OBIN_SU-001)

La escala de medida es 0-10.



Reflexión sobre el indicador

De acuerdo con los datos que aparecen en el gráfico para los dos últimos cursos, la satisfacción con la actuación docente supera el 8 (escala 0-10) para los dos cursos (8,73 curso 2021-2022 y 8,2 curso 2022-2023), lo cual resulta positivo. En general, los hombres se muestran más satisfechos que las mujeres según los porcentajes que aparecen para ambos en los dos cursos. Para este curso 2023-2024 la

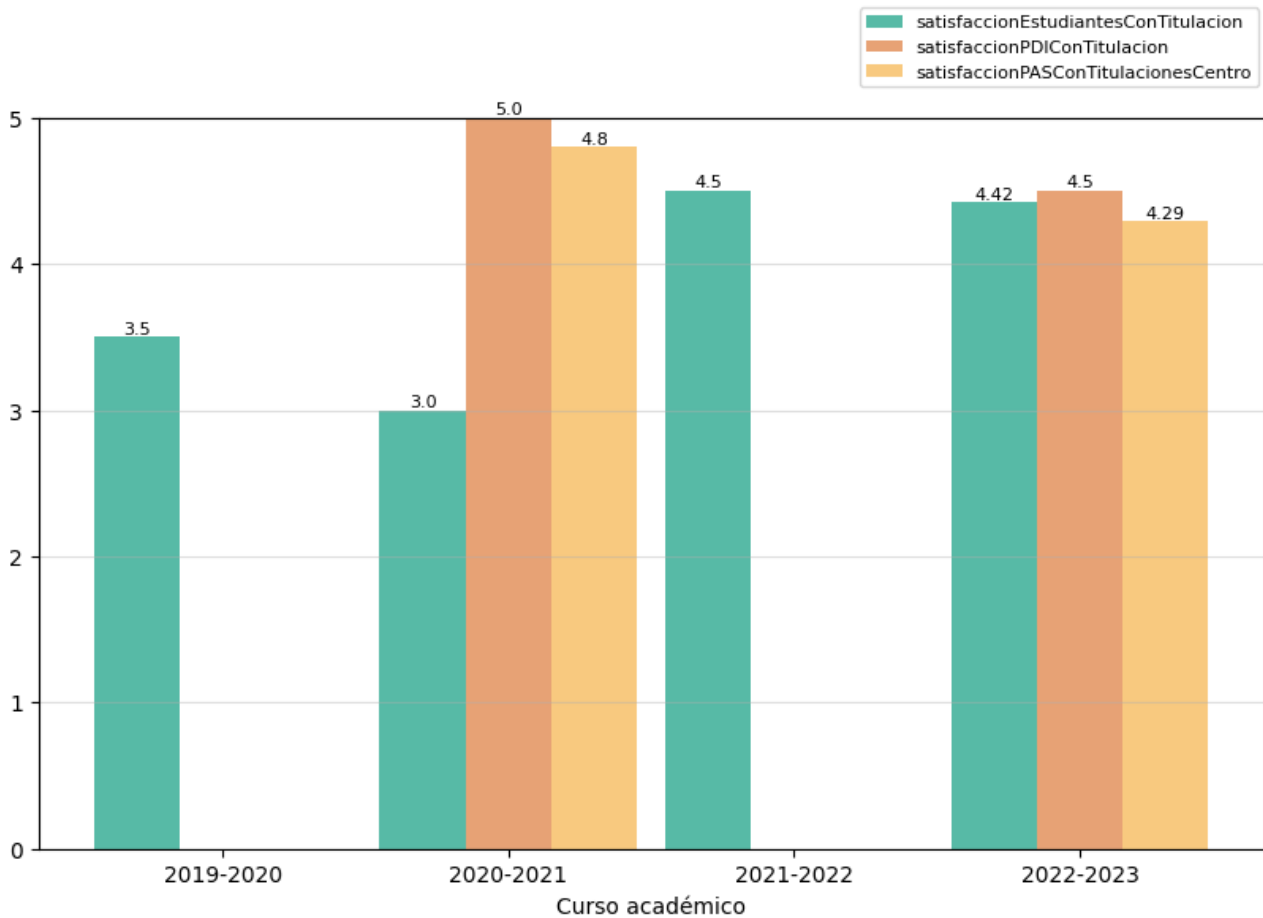
	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	


UTEC no dispone de datos. En la reunión celebrada con los estudiantes en este último curso 2023-2024 (Acta 025 de 03/07/2024) estos manifestaron que el profesorado en general se muestra accesible y disponible, y valoran las herramientas de aprendizaje en un entorno virtual, así como la adaptación de los horarios y los tiempos a la compaginación de trabajo y estudios.

2.3.2. Satisfacción con la titulación

Se presentan a continuación los indicadores de satisfacción con la titulación de los tres colectivos implicados. La escala de medida es 1-5:


- Satisfacción del alumnado con la titulación (OBIN_SU-004).
- Satisfacción del PDI con la titulación (OBIN_SU-005). El indicador se mide con una temporalidad bienal.
- Satisfacción del PTGAS con la gestión de las titulaciones del centro (OBIN_SU-006). El indicador se mide con una temporalidad bienal.



	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

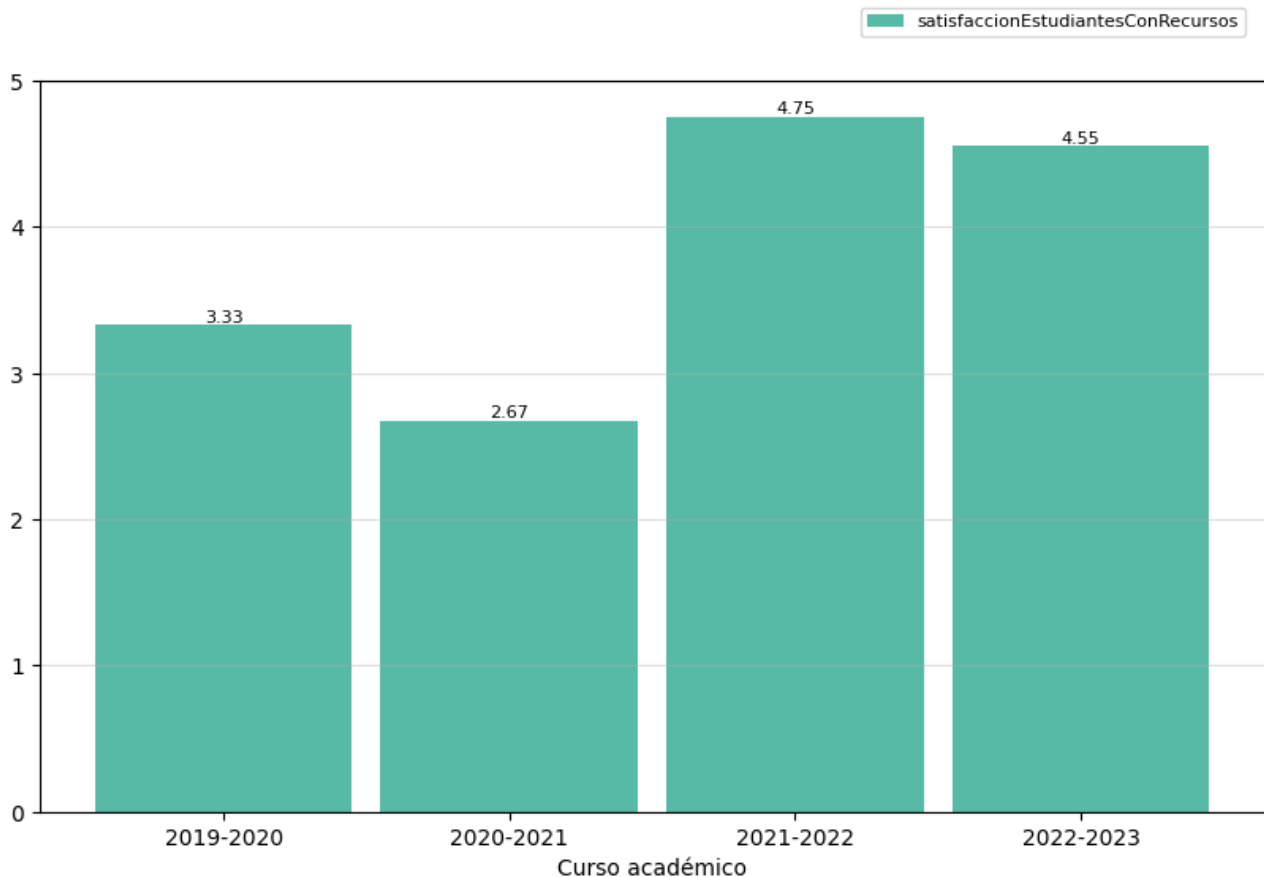
Reflexión sobre el indicador

Tal y como muestran los datos del indicador, la satisfacción de los estudiantes ha ido en aumento respecto al primer curso del periodo de análisis 3,5 (escala 1-5). No aparecen datos en el gráfico para el curso 2023-2024 pero los datos aportados por la UTEC señalan una sola encuesta realizada por un estudiante con una calificación de 5 (escala 1-5). Los comentarios de los estudiantes en la reunión celebrada con ellos en este último curso 2023-2024 (Acta 025 de 3/07/2024), aportan la idea de un máster dinámico, bien coordinado y organizado, con contenidos asequibles y que permite compaginar trabajo y estudio. Por lo que respecta al profesorado, su opinión ha descendido ligeramente en el curso 2022-2023 (4,5 en escala 1-5) respecto al curso 2020-2021 (5 en escala 1-5) y en el último curso 2023-2024, no ha habido datos ya que las encuestas se realizan cada dos cursos académicos. Hay que tener en cuenta igualmente que el profesorado suele variar ligeramente de un curso a otro. Desde el punto de vista del PTGAS, en el curso 2020-2021 se obtiene un 4,8 (escala 1-5) y se sitúa en el curso 2022-2023 en un 4,29 (escala 1-5). Para el curso 2023-2024 no se tienen datos ya que las encuestas se realizan cada dos cursos académicos.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	


2.3.3. Satisfacción con los recursos (OBIN_SU-007)

La escala de medida es 1-5.



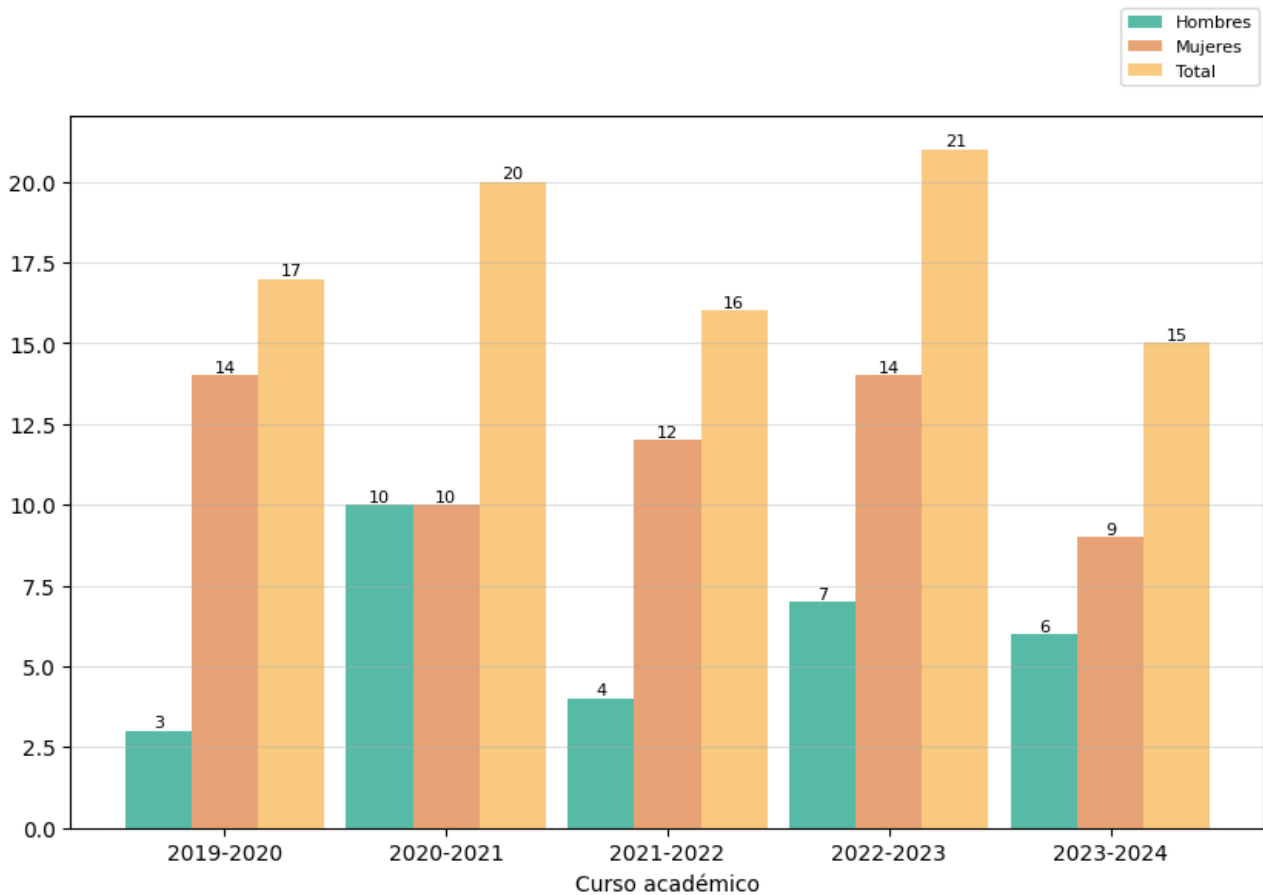
Reflexión sobre el indicador

La satisfacción de los estudiantes con los recursos ha ido en aumento a partir del curso 2021-2022 respecto del dato más bajo producido durante el curso 2020-2021 (2,67 escala 1-5), para volver a recuperarse en los siguientes cursos (4,75 en 2021-2022 y 4,55 en 2022-2023, escala 1-5). Del curso 2023-2024 la UTEC solamente ha obtenido el dato de un cuestionario realizado por un estudiante, con una valoración de 5 en escala 1-5. A partir de las reuniones mantenidas con ellos en este curso 2023-2024 (Acta 025 de 03/07/2024) se normaliza el uso de diferentes recursos para un entorno virtual (como los vídeos).

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

2.4. Indicadores de proceso académico

2.4.1. Personas egresadas (OBIN_PA-005)




Reflexión sobre el indicador

Para valorar este indicador conviene tener en cuenta, además, los datos e indicadores del [Informe de inserción laboral y del Estudio de satisfacción de las personas empleadoras²](#), ambos elaborados por la UTEC. Los datos más recientes reflejan que la utilidad de la titulación para la adquisición de las capacidades y competencias necesarias para el ejercicio de su actual profesión es valorada con 4.5.


Los datos de personas egresadas oscilan a lo largo del periodo de análisis, no obstante, el número más alto corresponde al curso 2022-2023, habiéndose producido en este último curso el número más bajo de personas egresadas de todo el periodo de análisis (15). En general, el número de mujeres egresadas sigue siendo mayor que el de los hombres a lo largo de todo el periodo de análisis, aunque hay que

² <https://utec.unex.es/funciones/insercion-laboral/>

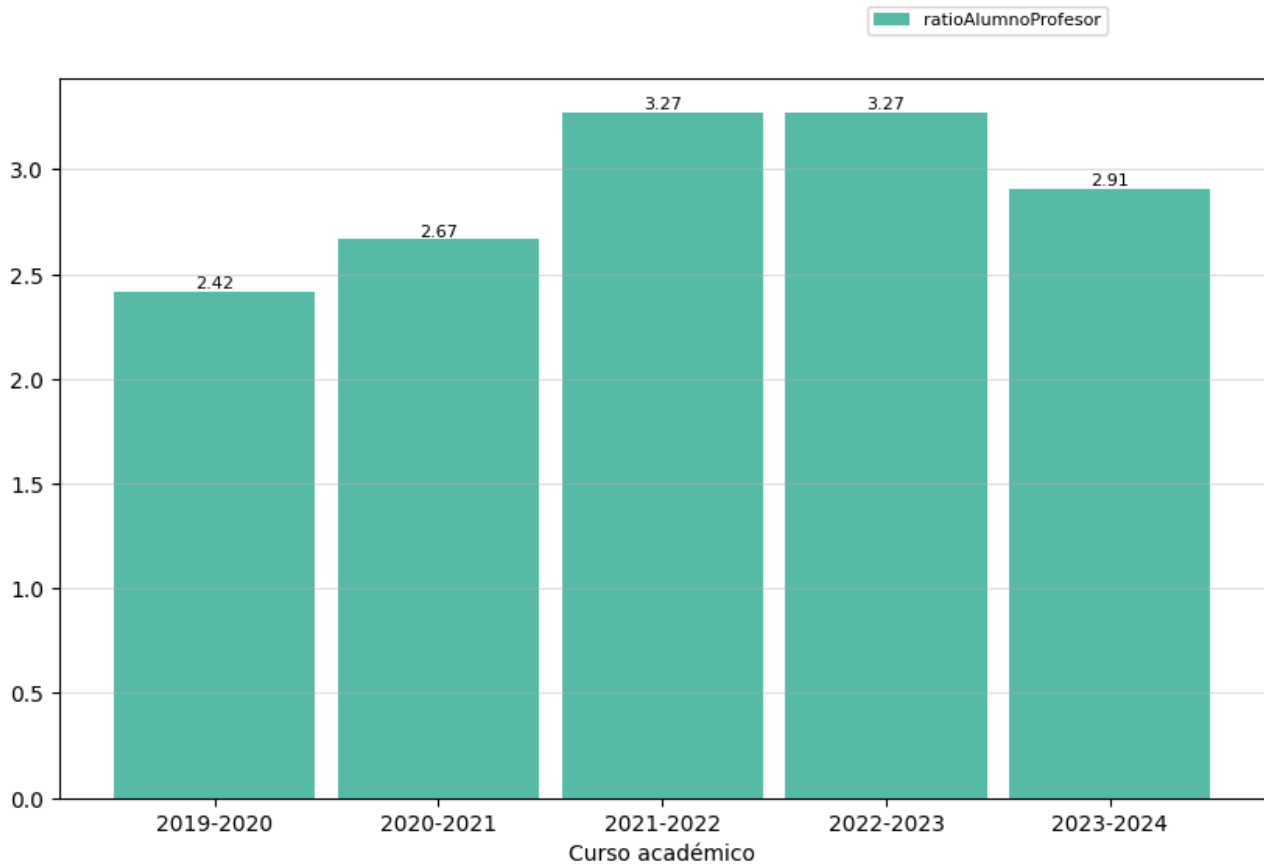
	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

tener en cuenta el predominio de mujeres matriculadas en el Máster. La defensa del TFM sigue marcando el número de personas egresadas. De hecho, si atendemos a los datos de matrícula (OBIN PA-004) del último curso 2023-2024, se puede apreciar que el número de alumnos matriculados asciende a 32 sobre el número de alumnos de nuevo ingreso que son 20, y en los cursos anteriores 2022-2023 y 2021-2022 el número ascendía a 36 matriculados, o en los cursos 2020-2021 y 2019-2020 a 32 y 29 respectivamente. Esto se debe fundamentalmente al retraso de los estudiantes en la presentación y defensa del TFM y, en consecuencia, a la finalización de sus estudios. De acuerdo con la Tabla 2 (Anexo 2), en este curso 2023-2024 hay matriculados en el TFM 32 estudiantes, de los cuales 21 se encuentran matriculados por primera vez, lo que representa un 65,63% del total. Los alumnos matriculados por segunda o más veces son 11. Esto significa que los estudiantes van retrasando la presentación y defensa del TFM y, en consecuencia, la finalización de sus estudios.

Por otra parte, si combinamos estos datos con los del indicador OBIN_RA-005 referidos a la duración media de los estudios por parte de los graduados, podemos apreciar que la duración media en el curso 2023-2024 ha sido de 1,73 años y en los dos cursos anteriores, 2022-2023 de 1,62 años, curso 2021-2022, 1,81 años, lo que significa que los alumnos necesitan más de un curso para terminar los estudios focalizados en la realización del TFM. Desde el punto de vista de la inserción laboral, este Máster se caracteriza por tener matriculadas muchas personas que compaginan estudios y trabajo. La Unidad Técnica de Evaluación y Calidad (UTEC) de la Uex solamente proporciona en la actualidad datos de inserción laboral hasta el curso 2019-2020. No obstante, preguntados por parte de la Comisión de Calidad a los alumnos de nuevo ingreso de este curso 2023-2024 sobre si trabajaban, de los que 11 que contestaron esta pregunta, el 81,8% de ellos trabajaba, el 18,2% no lo hacía. De todas formas, por los datos que se han obtenido de los estudiantes desde la Comisión de Calidad del Máster a lo largo de estos últimos cursos, compaginar trabajo y estudios es una constante en esta titulación.


	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

2.4.2. Ratio de estudiantes por docente (OBIN_PA-010)



Reflexión sobre el indicador

La ratio de estudiantes por docente ha ido aumentando a lo largo del periodo analizado, y aunque en este curso 2023-2024 ha descendido ligeramente respecto al curso anterior (2,91), se considera en general positiva. El número de profesorado que imparte docencia en Máster depende en cada curso de las asignaturas asignadas en el POD y, aunque en todos los cursos se ha producido siempre alguna variación, puede decirse que existe ya un grupo consolidado de profesorado que imparte docencia en el Máster.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

3. Valoración del título (criterios y directrices)³

3.1. Criterio 1. Desarrollo y despliegue del plan de estudios


	Se ajusta totalmente	No se ajusta totalmente
1.1. La implantación de los diferentes módulos/materias/asignaturas, los centros y modalidades del título se ajustan a lo establecido en la memoria verificada o sus posteriores modificaciones.	x	
1.2. El número de plazas de nuevo ingreso respeta lo establecido en la memoria verificada vigente para cada curso académico.	x	
1.3. El título cuenta con mecanismos de coordinación docente que permiten tanto una adecuada asignación de la carga de trabajo del estudiante como una adecuada planificación temporal, asegurando la adquisición de los resultados de aprendizaje.	x	
1.4. Los criterios de admisión aplicados permiten que los estudiantes tengan el perfil de ingreso adecuado para iniciar estos estudios y se ajustan a lo establecido en la memoria verificada.	x	
1.5. La aplicación de la normativa de reconocimiento de créditos se realiza de manera adecuada y los supuestos de reconocimiento aplicados están contemplados en la memoria verificada.	*	
1.6. En su caso, la inclusión de mención dual, la incorporación de estructuras curriculares específicas y de innovación docente, o de programas académicos con recorridos sucesivos, se han desarrollado de forma adecuada y de acuerdo con las condiciones establecidas en la memoria verificada.	**	

Reflexión sobre el desarrollo y despliegue del plan de estudios

Los mecanismos de coordinación docente han funcionado correctamente al ser adaptados contenidos de asignaturas por parte de los profesores como resultado de una petición de los estudiantes en la reunión celebrada el 13 de junio de 2024 (Acta 025 de 03/07/2024).

*La Memoria de Verificación del Título no contempla el reconocimiento de créditos para esta titulación, no obstante, toda la información sobre este asunto puede encontrarse en la página web de la Facultad en caso de que algún estudiante desee informarse.

³ Se puede incluir una reflexión sobre todas las directrices, pero es necesario valorar aquellas en las que se ha marcado la opción “no se ajusta totalmente”.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

**La titulación no contempla esta casuística.


3.2. Criterio 2. Información y transparencia

	Se ajusta totalmente	No se ajusta totalmente
2.1. Las personas responsables del título publican información adecuada y actualizada sobre el carácter oficial del mismo, su desarrollo y sus resultados, incluyendo la relativa a los procesos de seguimiento y acreditación.	x	
2.2. Los estudiantes matriculados en el título tienen acceso en el momento oportuno a la información relevante del plan de estudios y de los resultados de aprendizaje previstos.	x	

Reflexión sobre la información y transparencia

El Máster cuenta con dos espacios virtuales en el Campus Virtual de la Uex. Uno de ellos se ha creado para la comunicación de profesores y estudiantes. El otro se ha creado para el trabajo y la comunicación entre los miembros de la Comisión de Calidad. Ambos cuentan además con información de interés general sobre el Máster y la Universidad, y permanecen actualizados.

Por otra parte, en la página web de la Facultad de CC. De la Documentación y la Comunicación, existe una sección de titulaciones donde se puede encontrar información general sobre el Máster (<https://alcazaba.unex.es/titulaciones/1708/#tab-presentation>) y una sección de aseguramiento interno de calidad donde puede encontrarse información sobre la Comisión de Calidad de la Titulación (<https://alcazaba.unex.es/sgic/comision-de-calidad-de-las-titulaciones/>). No obstante, en la reunión celebrada con los estudiantes (Acta 025 de 03/07/2024) se ha detectado que, aunque se encuentran bien informados, tienen una cierta dificultad para conocer normas o procesos que se encuentran publicados en los diferentes espacios de comunicación de los que dispone el Máster.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

3.3. Criterio 3. Garantía de calidad, revisión y mejora

	Se ajusta totalmente	No se ajusta totalmente
3.1. La información obtenida a través de los diferentes procedimientos para la revisión y mejora del título es analizada y fruto de este análisis se establecen, en su caso, las acciones de mejora oportunas.	x	

Reflexión sobre la garantía de calidad, revisión y mejora


<p>La Comisión de Calidad del Máster se ajusta a los procedimientos establecidos para la obtención de información para el análisis, la revisión del Título y el establecimiento de acciones de mejora. Además de los datos obtenidos de los indicadores la Comisión de Calidad ha obtenido datos, por otros procedimientos, de empleabilidad y ha realizado reuniones con los estudiantes y con los profesores del Máster cuyos resultados aparecen en los informes redactados que forman parte de las Actas de la Comisión de Calidad del Título.</p>
--

3.4. Criterio 4. Personal académico y personal de apoyo a la docencia

	Se ajusta totalmente	No se ajusta totalmente
4.1. El personal académico vinculado al título es suficiente y adecuado a sus características, al número de estudiantes y se ajusta a lo establecido en la memoria verificada.	x	
4.2. El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es suficiente, soporta adecuadamente la actividad docente del personal académico vinculado al título y se ajusta a lo previsto en la memoria verificada.	x	


Reflexión sobre el personal académico y personal de apoyo a la docencia

<p>En la reunión mantenida con los estudiantes (13/06/2024) se pone de manifiesto la satisfacción de los estudiantes con los docentes en los procedimientos para la organización de las asignaturas, los recursos</p>

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

utilizados para un entorno virtual, así como en el trato y cercanía con los alumnos desde los instrumentos de que se disponen en una titulación de carácter virtual.

En cuanto a la cualificación del personal docente, se cumple con los requisitos de la Memoria Verificada del Título. La Tabla 3 (Anexo 3) muestra datos sobre el número de profesorado, la categoría profesional, el número de quinquenios y sexenios con los que cuentan y el número de créditos impartidos, lo cual ha mejorado respecto a cursos anteriores. La Tabla 1 (Anexo 1) muestra la distribución y características de los profesores de acuerdo con las asignaturas que forman parte del plan de estudios.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	


3.5. Criterio 5. Recursos para el aprendizaje

	Se ajusta totalmente	No se ajusta totalmente
5.1. Los recursos materiales (aulas y su equipamiento, espacios de trabajo y estudio, laboratorios, talleres y espacios experimentales, bibliotecas, etc.) se adecuan al número de estudiantes y a las actividades formativas y de evaluación programadas en el título.	x	
5.2. Los servicios de apoyo y orientación académica, profesional y para la movilidad puestos a disposición del estudiantado una vez matriculados, se ajustan a las competencias y modalidad del título y facilitan el proceso de enseñanza-aprendizaje.	x	
5.3. En el caso de que el título contemple la realización de prácticas externas, éstas se han planificado según lo previsto en la memoria verificada y son adecuadas para la adquisición de las competencias del título.	*	

Reflexión sobre los recursos para el aprendizaje

Se ha realizado un esfuerzo por parte de los profesores para ir adaptando los recursos de aprendizaje a la evolución de la tecnología y de las herramientas propias de un entorno virtual, obteniendo una valoración positiva en la reunión celebrada con los estudiantes (Acta 025 de 03/07/2024). Por parte de los profesores, en la reunión celebrada (Acta 025 de 03/07/2024), se ha manifestado la oportunidad de mejorar la imagen corporativa.

*La Titulación no contempla la realización de prácticas externas.


	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

3.6. Criterio 6. Resultados de aprendizaje

	Se ajusta totalmente	No se ajusta totalmente
6.1. Adecuación de las actividades formativas, sus metodologías docentes, y los sistemas de evaluación para que el estudiantado pueda alcanzar los resultados de aprendizaje previstos en la titulación y en las materias/asignaturas, incluidos los trabajos fin de titulación.	x	
6.2. Los resultados de aprendizaje alcanzados satisfacen los objetivos del programa formativo y se adecuan a su nivel del MECES.	x	

Reflexión sobre los resultados de aprendizaje

Como complemento a los contenidos del Plan de Estudios y con el objetivo de reforzar las competencias transversales del Título, se han incorporado durante este curso, y por tercer año consecutivo, contenidos y acciones relacionadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), programados a modo de acciones de mejora, por medio de un Proyecto de Innovación Docente donde se han analizado la incorporación de contenidos y la realización de una serie de actividades relacionadas con los ODS en las diferentes asignaturas, así como la realización de TFM sobre este asunto. En cuanto al plagio académico, una vez más en la reunión anual celebrada con los profesores (Acta 025 de 03/07/2024) se ha mostrado la necesidad de continuar con las acciones de mejora para prevenir el plagio académico.

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

3.7. Criterio 7. Indicadores de rendimiento y egreso


	Se ajusta totalmente	No se ajusta totalmente
7.1. Las personas responsables del título analizan los resultados de los diferentes indicadores de rendimiento del mismo y, en su caso, establecen las acciones de mejora que traten de mejorar dichos indicadores.	x	
7.2. Los perfiles de egreso definidos y su despliegue en el plan de estudios mantienen su relevancia y están actualizados según los requisitos de su ámbito académico, científico y profesional.	x	
7.3. Actuaciones y resultados relacionados con la empleabilidad e inserción laboral de los estudiantes y personas egresadas del título.	x	

Reflexión sobre los indicadores de rendimiento y egreso

Como se puede observar en la Tabla 4 (Anexo 4) de la memoria, los indicadores reflejados para este curso 2023-2024 son positivos.

Respecto a los datos de inserción laboral, no existen datos oficiales para este curso 2023-2024 ya que los últimos proporcionados por la UTEC corresponden al curso 2019-2020. Para este curso 2023-2024, la Comisión de Calidad de la Titulación ha recopilado datos acerca de la situación de empleo de los alumnos matriculados. En el curso 2021-2022, según datos recopilados por la Comisión de Calidad de la Titulación, un 61,11% trabajaba al mismo tiempo que estudiaba el Máster. En el curso 2022-2023, el 50% de los alumnos trabajaba y el 50% no lo hacía. Consultados por la Comisión de Calidad, en este curso 2023-2024, de los alumnos que contestaron, el 81,8% trabaja y el 18,2% no trabaja.

Esta situación, reconociendo el porcentaje significativo de alumnos que compaginan trabajo y estudios, lleva a una tendencia por parte de los profesores a la adaptación de la enseñanza virtual a las circunstancias de los alumnos que cursan el Máster, cuestión que los alumnos han reconocido positivamente en la reunión anual celebrada con ellos (Acta 025 de 03/07/2024).

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

4. Reclamaciones

Reclamaciones sobre las calificaciones presentadas en el curso académico, de acuerdo con lo establecido en la normativa de evaluación vigente.

Número de reclamación	Carácter de la reclamación ⁴	Resolución		
		Confirmación de la calificación	Corrección de la calificación	Nueva evaluación
1				
2				
3				
...				

Valoración global de las reclamaciones presentadas

En este curso 2023-2024 no ha habido ninguna reclamación.

⁴ Por ejemplo: “reclamación sobre el examen final”, “reclamación sobre las calificaciones de la evaluación continua”, “reclamación sobre la calificación global” o algún otro aspecto que deba ser destacado.

5. Plan de mejoras

5.1. Cumplimiento del plan de mejoras del curso anterior

Valorar el nivel de cumplimiento del plan de mejoras del curso anterior teniendo en cuenta los informes de seguimiento, los informes de acreditación y las acciones realizadas. Es preciso detallar las actividades desarrolladas para abordar la acción de mejora.

	Acción de Mejora	¿Implantación?			Indicadores/evidencias que permitan valorar el grado de consecución de la acción	Observaciones ⁵
		Sí	Parcial	No		
1	Revisar los contenidos sobre redes sociales en las asignaturas donde se imparten de manera específica.	x			Respecto a los planes de estudio anteriores de las asignaturas afectadas, se han modificado contenidos, se han renovado los anteriores y se ha actualizado la bibliografía.	
2	Mejorar la imagen corporativa de la Titulación.	x			Se han diseñado tres plantillas para incorporar e identificar los contenidos del Máster por parte de una profesora del Máster experta en comunicación corporativa. En la reunión de profesores anual mantenida a final de curso (Acta 025 de 03/07/2024) se pidió a los profesores evaluar la que consideraban más adecuada. Finalmente, se optó por la plantilla nº 1, la cual se ha comenzado a utilizar en el curso 2024-2025.	
3	Consolidar la inclusión de los ODS en el curriculum académico de la Titulación.	x			Se ha llevado a cabo un Proyecto de Innovación Docente sobre relación de competencias de la titulación y ODS. De acuerdo con los datos obtenidos, en el 80% de las asignaturas del Máster se han incorporado contenidos relacionados con los	

⁵ En el caso de indicadores de carácter cuantitativo, se recomienda analizar y comparar el valor de partida que se pretendía mejorar o alcanzar y el valor alcanzado tras la realización de la acción.

					ODS. En un 12% aparecen en la ficha 12 A y en el 88% en contenidos, prácticas o dirección de TFM. Se considera, por tanto, la consolidación de la incorporación de los ODS en la titulación del Máster.
--	--	--	--	--	---

5.2. Plan de mejoras para el próximo curso

El plan de mejoras debe elaborarse teniendo en cuenta las valoraciones realizadas a lo largo de este informe, los informes de seguimiento y los informes de acreditación.

	Acción de Mejora (descripción)	Fuente/causa de la acción ⁶	Responsable de ejecución	Plazo o momento de ejecución	Indicadores/evidencias que permitan valorar el grado de consecución de la acción	Observaciones ⁷
1	Campaña de información sobre el procedimiento de elección y desarrollo del TFM	A partir de la petición realizada a través de la delegada de curso a esta Comisión, se ha detectado que los alumnos se encuentran desorientados a la hora de abordar todo el proceso de elección y elaboración del TFM a pesar de las fuentes y los recursos que el Máster tiene disponibles para ello.	Comisión de Calidad del Máster	Durante el curso 2024-2025	Opinión de los alumnos sobre la campaña de información realizada y nivel de satisfacción con la misma, manifestada en la reunión anual con los alumnos correspondiente al curso 2024-2025.	

⁶ Motivo por el que se propone la acción de mejora. Por ejemplo: “*tasa de abandono muy alta (OBIN_RA-001)*” o “*bajo índice de respuesta en la encuesta de satisfacción con la titulación*”. Las acciones deben estar orientadas a corregir problemas identificados a través de los indicadores de este informe, aspectos señalados en los informes de seguimiento/acreditación o problemas detectados en cualquier otra fuente de la que disponga la Comisión.

⁷ En el caso de indicadores de carácter cuantitativo se recomienda indicar el valor que se pretende mejorar o alcanzar. Por ejemplo, “*se pretende reducir la tasa de abandono, que en el último curso fue del 23%*”.

2	<p>Campaña de difusión de los recursos con los que cuenta el Máster para el conocimiento de procedimientos y recursos disponibles para los nuevos alumnos.</p>	<p>La reunión anual mantenida con los alumnos, así como la comunicación con la delegada de curso ofrecen evidencias de la no familiarización de los alumnos, sobre todo aquellos que provienen de otras facultades y del exterior de la Uex, de los mecanismos de comunicación con los que cuenta, en un entorno virtual, la Universidad y la Facultad donde se imparte el Máster.</p>	<p>Comisión de Calidad de Máster</p>	<p>Durante el curso 2024-2025</p>	<p>Opinión de los alumnos sobre la campaña de difusión realizada y nivel de satisfacción con la misma, manifestada en la reunión anual con los alumnos correspondiente al curso 2024-2025.</p>	
3						
4	<p>Acción contra el plagio académico</p>	<p>A propuesta de la reunión celebrada con los profesores (Acta 025 de 03/07/2024), se va a introducir un párrafo explicativo de las consecuencias de cometer plagio en los contenidos de las diferentes asignaturas, así como potenciar los recursos que hay disponibles en el espacio virtual del Máster.</p>	<p>Comisión de Calidad del Máster y profesores de la titulación</p>	<p>Durante el curso 2024-2025</p>	<p>Opinión de los estudiantes y profesores en la reunión anual con la Comisión de Calidad del Máster. Grado de inclusión del párrafo sobre el plagio en las diferentes asignaturas del Máster.</p>	

ANEXO 1

TABLA 1. Relación del profesorado del título con las asignaturas del plan de estudios.

Curso académico 2023-2024

MÁSTER EN GESTIÓN DE INFORMACIÓN EN REDES SOCIALES Y PRODUCTOS DOCUMENTALES EN INTERNET

FUENTE: UNIDAD TÉCNICA DE EVALUACIÓN Y CALIDAD (ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN: 26/11/2024)

Código	Asignatura	Tipo	Curso	Profesor	Categoría	Departamento	Área
401805	WEB 2.0, 3.0 Y REDES SOCIALES	OBLIGATORIA	1	MALDONADO ESCRIBANO, JOSÉ	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	ARTE Y CIENCIAS DEL TERRITORIO	HISTORIA DEL ARTE
401813	MÉTRICAS DIGITALES	OBLIGATORIA	1	FERNÁNDEZ FALERO, ROSARIO	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN
401813	MÉTRICAS DIGITALES	OBLIGATORIA	1	GÓMEZ CRISÓSTOMO, Mª ROCÍO	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
401812	COMERCIO ELECTRÓNICO	OBLIGATORIA	1	FERNÁNDEZ FALERO, MARÍA ROSARIO	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN
401810	CREACIÓN DE PRODUCTOS DIGITALES II	OBLIGATORIA	1	TRABADELA ROBLES, JAVIER	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
401809	CREACIÓN DE PRODUCTOS DIGITALES I	OBLIGATORIA	1	GARCÍA MUÑOZ, JOAQUÍN ANTONIO	PROFESOR ASOCIADO	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
401805	WEB 2.0, 3.0 Y REDES SOCIALES	OBLIGATORIA	1	FERNÁNDEZ FALERO, ROSARIO	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN
401810	CREACIÓN DE PRODUCTOS DIGITALES II	OBLIGATORIA	1	MALDONADO ESCRIBANO, JOSÉ	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	ARTE Y CIENCIAS DEL TERRITORIO	HISTORIA DEL ARTE
401811	TÉCNICAS DE DISTRIBUCIÓN	OBLIGATORIA	1	MARTÍN PENA, DANIEL	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
401806	COMMUNITY MANAGER. OTROS PERFILES PROFESIONALES Y REDES SOCIALES E INTERNET EN LA ADMÓN. PÚBLICA	OBLIGATORIA	1	MUÑOZ CAÑAVATE, ANTONIO	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN
401808	ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN Y EVALUACIÓN HEURÍSTICA	OBLIGATORIA	1	FABA PÉREZ, CRISTINA	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN
401807	MARCO JURÍDICO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS REDES SOCIALES	OBLIGATORIA	1	PÉREZ PULIDO, MARGARITA	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN
401811	TÉCNICAS DE DISTRIBUCIÓN	OBLIGATORIA	1	PÉREZ PULIDO, MARGARITA	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN
401807	MARCO JURÍDICO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS REDES SOCIALES	OBLIGATORIA	1	RODRÍGUEZ PARDO, JULIÁN	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
401805	WEB 2.0, 3.0 Y REDES SOCIALES	OBLIGATORIA	1	TRABADELA ROBLES, JAVIER	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD
401809	CREACIÓN DE PRODUCTOS DIGITALES I	OBLIGATORIA	1	ROMO FERNÁNDEZ, LUZ Mª	PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	BIBLIOTECONOMÍA Y DOCUMENTACIÓN

ANEXO 2

TABLA 2.

Resultados en las asignaturas que conforman el plan de estudios. Alumnos matriculados por asignatura
Curso académico 2023-2024

MÁSTER EN GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN EN REDES SOCIALES Y PRODUCTOS DOCUMENTALES EN INTERNET

ALUMNOS MATRICULADOS POR ASIGNATURA (Curso 2023/2024)				
Fuente: Base de Datos de la Universidad de Extremadura / Unidad Técnica de Evaluación y Calidad (Última actualización: 15-11-2024)				
Asignatura	Matriculados	Matriculados en 1ª vez	Matriculados en 2ª o más	Alumnos de movilidad
ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN Y EVALUACIÓN HEURÍSTICA	20	20	0	0
COMERCIO ELECTRÓNICO	21	21	0	0
COMMUNITY MANAGER. OTROS PERFILES PROFESIONALES Y REDES SOCIALES E INTERNET EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	20	20	0	0
CREACIÓN DE PRODUCTOS DIGITALES I	20	20	0	0
CREACIÓN DE PRODUCTOS DIGITALES II	21	21	0	0
MARCO JURÍDICO Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS REDES SOCIALES	21	21	0	0
MÉTRICAS DIGITALES	20	20	0	0
TÉCNICAS DE DISTRIBUCIÓN	20	20	0	0
TRABAJO FIN DE MÁSTER	32	21	11	0
WEB 2.0, 3.0 Y REDES SOCIALES	21	21	0	0

ANEXO 3

TABLA 3. Datos globales del profesorado que ha impartido docencia.

Curso académico 2023-2024


MÁSTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN DE INFORMACIÓN EN REDES SOCIALES Y PRODUCTOS DIGITALES EN INTERNET

FUENTE: UNIDAD TÉCNICA DE EVALUACIÓN Y CALIDAD (ÚLTIMA ACTUALIZACIÓN: 02/12/2024)

Datos globales

Número de profesores:	11	Número de sexenios:	22
Número de doctores:	10	Número de quinquenios:	32

Tipo de categoría	Nº de profesores	Nº Créditos
PROFESOR ASOCIADO	1	2,00
PROFESOR TITULAR DE UNIVERSIDAD	10	52,00

	INFORME ANUAL DE LA TITULACIÓN DEL MÁSTER U. GESTIÓN DE INFOR. REDES SOCIALES Y PRODUCT. DIGITALES EN INTERNET		logo_centro
	Curso: 2023-2024	PR/SO005_XXX_Dxxx	

ANEXO 4

TABLA 4.

Evolución de indicadores y datos globales del título. Curso académico 2023-2024 MÁSTER EN GESTIÓN DE INFORMACIÓN EN REDES SOCIALES Y PRODUCTOS DIGITALES EN INTERNET

Evolución de indicadores y datos globales del título																			
Fuente: Unidad Técnica de Evaluación y Calidad (Última actualización: 21-12-2024)																			
CURSO	IN PA-010	OBIN DU-015	OBIN DU-017	OBIN RA-006	OBIN RA-007	OBIN RA-002	OBIN RA-004	OBIN RA-001	OBIN SU-004	OBIN SU-005	OBIN SU-001	OBIN SU-003	OBIN RA-009	OBIN RA-009	OBIN RA-009	OBIN RA-009	OBIN RA-009	OBIN RA-009	OBIN RA-009
	Ratio alumno por profesor	Alumnos matriculados de nuevo ingreso	Alumnos matriculados nuevo ingreso 1er curso	Tasa de eficiencia	Tasa de progreso normalizado	Tasa de rendimiento	Tasa de graduación	Tasa de abandono	Satisfacción de los estudiantes con la titulación	Satisfacción del PDI con la titulación	Satisfacción con la actuación docente	Satisfacción de los egresados con la titulación	Tasa de abandono por año (1er.año)	Tasa de abandono por año (2º.año)	Tasa de abandono por año (3er.año) ¹	Tasa de abandono por año - Cohorte de alumnos de nuevo ingreso	Tasa de abandono por año - % 1er. año	Tasa de abandono por año - % 2º año	Tasa de abandono por año - % 3er.año
2016-17	1.19	19	19	100	1	80.36	--	--	--	3,25	--	--	7	1	2	19	36.84	5.26	10.52
2017-18	1.53	19	19	100	1	94.95	47.37	0	3	--	--	--	5	0	1	19	26.31	0	5.26
2018-19	1.85	19	19	100	1	95.08	68.42	0	3.71	3,67	--	--	6	1	3	19	31.57	5.26	15.78
2019-20	2.42	19	19	95.51	1	87.62	52.63	0	3.50	--	--	--	1	1	0	19	5.26	5.26	0
2020-21	2.66	20	20	99.50	1	92.52	73.68	0	3	5	--	--	0	0	0	20	0	0	0
2021-22	3.27	21	21	92.49	1	86.99	85.00	0	4.50	--	8,73	--	2	1	0	21	9.52	4.76	0
2022-23	3.27	20	20	94.17	1	89.32	71.42	0	4.42	4.50	--	--	3	0	--	20	15.00	0	0
2023-24	2.90	20	20	93.75	1	86.11	75.00	0	5	--	--	--	7	--	--	20	35.00	0	0

¹ Cohorte de alumnos de nuevo ingreso