

Máster Universitario en Marketing (antigua denominación Máster Universitario en Dirección de Marketing)

Mejoras introducidas en la titulación en el periodo 2018-2024

De acuerdo con lo recogido en los Informes de Seguimiento y Planes de Mejora del título, así como en las actas de la Junta de Facultad, se han llevado a cabo las siguientes mejoras en el Máster en Dirección de Marketing:

- **Inclusión de las guías docentes en la plataforma SIGMA** (curso 2018-19). Con la colaboración del equipo decanal y los coordinadores de grado, se realizó el traspaso de todas las guías docentes a la plataforma Sigma. De esta manera, a partir del curso 2019-20, las guías docentes se encuentran disponibles en la página web de la Facultad y pueden descargarse en PDF con un Código Seguro de Verificación (CSV), lo que permite su utilización con carácter oficial.
- **Revisión detallada de las guías docentes** (curso 2019-20), para la mejor adecuación de criterios de evaluación y contenidos a las especificidades de las asignaturas revisadas y su adecuación a la Memoria del título, atendiendo a la sugerencia del panel evaluador de la acreditación del título. Se veló por la coordinación de asignaturas para evitar tanto carencias como duplicidades. En el contexto específico de las asignaturas de Prácticas y Trabajo Fin de Máster, se ha protocolizado su evaluación a través de sendas rúbricas.
- **Implantación de la defensa pública del TFM** (curso 2019-20): Se establecieron directrices, se informó a los estudiantes y se elaboró una rúbrica para el seguimiento, el trabajo y la defensa del TFM. Se implantó la defensa del TFM correctamente.
- **Ampliación del ámbito de las encuestas** al Personal Técnico de Gestión y Administración de Servicios (PTGAS) y a los estudiantes internacionales (cursos 2021-2022 y 2023-24). En febrero de 2022 se realizó la tercera encuesta al PTGAS y en junio de 2024, la cuarta, con el objeto de afianzar el análisis periódico del grado de satisfacción de este estamento con la calidad del servicio que ofrecen a estudiantes y profesores. En el caso de los estudiantes internacionales, se ha mejorado el diseño de la encuesta y actualmente se presenta la encuesta tanto a los estudiantes entrantes como a los salientes.
- **Fomentar la participación de estudiantes y profesorado en las encuestas de evaluación.** La coordinación del máster, cuando recibe el correo institucional sobre el inicio de la recogida de datos de encuestas, informa y anima, tanto a estudiantes como a profesores a su participación. Se recuerda, durante el tiempo que dura la campaña, mediante comunicación online y a través de la reunión de UDI la importancia de la participación para la mejora del título.

- **Incorporación de instituciones relevantes al programa de prácticas** (progresivamente antes y después de la pandemia)

- **Fomentar la relación con empresas, a través de la realización de actividades que supongan un valor añadido para el Máster.** A lo largo del curso académico se organizan diferentes sesiones, eventos, conferencias, visitas a empresas y otras actividades que aportan valor añadido al máster, permiten incorporar instituciones al programa de prácticas y acercan la actividad empresarial y laboral al estudiantado.

- **Mejora en los canales informativos internos y externos.**

Web del título (2018-19) se reorganizaron los contenidos y se elaboró un video promocional. Se tiene previsto modificar profundamente su formato para hacerla más dinámica y amigable en 2025.

Se ha potenciado el grupo de LinkedIn, para facilitar el contacto estudiantes egresados. El canal es administrado por la coordinación del título. Sin embargo, su desarrollo está en manos de los egresados y estudiantes del título.

Comunicación interna con los estudiantes (curso 2020-21): se disponen de varios sistemas, entre los que cabe destacar un grupo de whatsapp, se utiliza Teams como nueva herramienta para reuniones y consultas.

Sesiones informativas internas: se ha asentado la realización de varias sesiones informativas dirigidas a los estudiantes del máster. La primera centrada en prácticas. La segunda, se centra en informar a los estudiantes de todos los aspectos relacionados con el TFM: petición de tema para la realización del TFM; asignación de tutor; realización del documento; presentación del TFM; plazos, etc.

En los últimos meses del curso, antes del periodo de matrícula, también se organiza una sesión informativa donde los profesores de las asignaturas optativas informan a los estudiantes de los contenidos, competencias y habilidades de cada materia para que puedan decidir de manera informada su optatividad.

- **Diseño de un calendario de las actividades del máster (2023-2024)**

Se diseña un calendario en Google, con acceso a estudiantado y profesorado donde se registran las conferencias y actividades que se ofrecen para los estudiantes. De esa forma los estudiantes tienen conocimiento en tiempo real (les llega una alerta a su correo cuando se registran cambios) de cualquier evento de relevancia.

- **Modificación del Máster (cursos 2022-23 y 2023-24)**

Desde la Coordinación del máster y la UDI de Marketing, responsable de la docencia en el título, tras un curso de reflexión, comisiones de trabajo y reuniones con los estudiantes e

investigación del mercado (mercado laboral, competencia, etc.), se procedió durante el curso a la presentación de la modificación del título. Durante el curso 2023-24 recibimos la respuesta favorable a la modificación (resolución de 17 de enero de 2024, del Consejo de Universidades, en relación con la modificación del plan de estudios conducente al título oficial de Máster Universitario en Marketing por la Universidad Autónoma de Madrid (4310032). El nuevo plan de estudios se comienza a impartir en el curso 2024-25.

▪ **Inclusión de las nuevas guías docentes en la plataforma SIGMA (Curso 2024-25).** Con la colaboración del equipo decanal, la dirección del máster y la gestora del departamento asociado al máster, se realizó el volcado de las nuevas guías docentes a la plataforma Sigma, estando disponibles a partir del 15 de mayo de 2024 para su consulta por los futuros estudiantes y la sociedad en general.