

Acciones de mejora e indicadores.

MÁSTER UNIVERSITARIO EN DIRECCIÓN DE PUBLICIDAD INTEGRADA

Elemento de referencia	Indicador	Responsable	Descripción de la acción de mejora	Objetivo/Estado de la mejora	Vinculación con los objetivos de calidad del Centro	Consecución de las acciones de mejora durante el curso
Programa académico	Implementación del plan de estudios del Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada	Coordinadora de Calidad / Director del Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada	Se implementa la modificación del programa del Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada con el fin de poder constatar las mejoras contempladas en el mismo.	Aplicación de la modificación de los programas académicos de postgrado	Mejorar los procesos de garantía de calidad conducentes a la actualización y mejora de los planes de estudio: verificación, modificación, seguimiento y acreditación de títulos	Se aplica la modificación aprobada del plan de estudios del Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada por la Fundación Madri+d.
Actividades extraacadémicas	Actividades extraacadémicas del Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada	Director del Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada	Se plantea un workshop dentro del marco de Nuevas Tendencias Online sobre "Marketing de influencia: creación, gestión y métricas de campañas con influencers"	Incremento de las actividades extraacadémicas	Incrementar la satisfacción de los estudiantes con los programas, docencia e instalaciones y servicios del nuevo Campus y sus mecanismos de seguimiento	Se combinaron contenidos académicos con una dinámica práctica sobre articulación de campañas publicitarias con influencers y manejo de las herramientas necesarias

<p>Profesorado</p>	<p>Aumento del número de profesores Doctores Acreditados</p>	<p>Director del Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada</p>	<p>La mejora consiste en localizar a un mayor número de Doctores Acreditados que además tengan el perfil exigido y deseable. Internamente se propondrá también a los profesores permanentes que se acrediten.</p>	<p>El objetivo es subir el ratio de profesores Doctores Acreditados entre los permanentes y los profesores asociados de todas las titulaciones de la FCA, incluyendo el Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada</p>	<p>Impulsar los procesos de acreditación de los profesores doctores de la Facultad, así como la obtención de sexenios de investigación.</p>	<p>Celebración de sesiones formativas al respecto para los profesores Doctores del Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada.</p> <p>Elaboración de un calendario de acreditación con el profesorado permanente de FCA y del Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada</p>
<p>Servicios de la universidad</p>	<p>Satisfacción servicios</p>	<p>Dirección de la FCA</p>	<p>Se realiza un seguimiento, a través de los delegados para determinar el grado de satisfacción.</p>	<p>Seguimiento de la satisfacción con los servicios.</p>	<p>Incrementar la satisfacción de los estudiantes con los programas, docencia e instalaciones y servicios del nuevo Campus y sus mecanismos de seguimiento</p>	<p>Se celebran Comisiones de Garantía de Calidad con los delegados de las titulaciones que trasladan sus opiniones y nivel de satisfacción con los servicios del Campus.</p>

Indicadores para el Máster Universitario en Dirección de Publicidad Integrada:

Título	Indicador	2015/2016	2016/2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020*
MU en Dirección de Publicidad Integrada 4313970	Tasa de rendimiento	80,58%	84,79%	87,98%	85,99%	84,18%
	Tasa de éxito	100,00%	100,00%	99,79%	99,69%	100,00%
	Tasa de evaluación	81,00%	84,79%	88,16%	86,27%	84,18%
	Satisfacción con la docencia	6,87	7,83	8,6	8,22	8,79
	Satisfacción con los servicios	5,81	7,56	8,49	6,55	8,28

* Datos a fecha septiembre 2020