

Informe de seguiment complet

Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals

ESCSET

Curs avaluat: 2021-2022

Data d'aprovació: 24/02/2023

Índex

Índex	2
1. Dades identificatives	4
2. Valoració de l'assoliment dels estàndars d'acreditació	5
Estàndard 1: Qualitat del programa formatiu	5
Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals	5
1.2. El pla d'estudis i l'estructura del currículum són coherents amb el perfil de competències i amb els objectius de la titulació	5
1.3. Els estudiants admesos tenen el perfil d'ingrés adequat per a la titulació i el seu nombre és coherent amb el nombre de places ofertes	6
1.4. La titulació disposa de mecanismes de coordinació docent adequats	10
Estàndard 2: Pertinència de la informació pública	13
2.1. La institució publica informació veraç, completa, actualitzada i accessible sobre les característiques de la titulació i el seu desenvolupament operatiu	13
2.1.1. Informació a través de la web	13
2.1.2. Informació a través de la Intranet	15
2.1.3. Satisfacció dels usuaris amb la qualitat i l'accessibilitat de la informació pública	16
2.2. La institució publica informació sobre els resultats acadèmics i de satisfacció	17
2.3. La institució publica el SGIQ en què s'emmarca la titulació i els resultats del seguiment i l'acreditació de la titulació	18
Estàndard 3: Eficàcia del sistema de garantia interna de la qualitat de la titulació	21
Estàndard 4: Adequació del professorat al programa formatiu	22
Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals	22
4.1. El professorat reuneix els requisits del nivell de qualificació acadèmica exigits per les titulacions del centre i té suficient i valorada experiència docent, investigadora i, si escau, professional	22
4.2. El professorat del centre és suficient i disposa de la dedicació adequada per desenvolupar les seves funcions i atendre als estudiants	24
4.2.1. Dedicació del professorat	24
4.2.2. Satisfacció dels estudiants amb la dedicació del professorat	25
4.2.3. Professorat a temps complet vs estudiants a temps complet	26
4.3. La institució ofereix suport i oportunitats per millorar la qualitat de l'activitat docent i investigadora del professorat	27
4.3.1. Suport a l'activitat docent	27
4.3.1.1. Unitat de qualitat acadèmica	27
4.3.1.2. Unitat de suport a l'aprenentatge	28
4.3.1.3. Unitat d'innovació educativa	28
4.3.2. Suport a l'activitat investigadora	30
4.3.3. Satisfacció del professorat	31
Estàndard 5: Eficàcia dels sistemes de suport a l'aprenentatge	33
Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals	33
5.1. Els serveis d'orientació acadèmica suporten adequadament el procés d'aprenentatge i els d'orientació professional faciliten la incorporació al mercat laboral	33
5.2. Els recursos materials disponibles són adequats al nombre d'estudiants i a les característiques de la titulació	34
Estàndard 6: Qualitat dels resultats dels programes formatius	36
Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals	36

6.1. Els resultats d'aprenentatge assolits es corresponen amb els objectius formatius pretesos i amb el nivell del MECES de la titulació _____	36
6.2. Les activitats formatives, la metodologia docent i el sistema d'avaluació són adequats i pertinents per garantir l'assoliment dels resultats d'aprenentatge previstos _____	37
6.3. Els valors dels indicadors acadèmics són adequats per a les característiques de la titulació _____	43
6.3.1. Resultats globals de la titulació _____	43
6.3.2. Resultats globals del primer curs _____	44
6.3.3. Resultats per assignatura _____	45
6.4. Els valors dels indicadors d'inserció laboral són adequats per a les característiques de la titulació _____	60
3. Valoració i proposta del pla de millora _____	62
Índex de Taules _____	75
Índex de Figures _____	76

1. Dades identificatives

Taula 1. Dades identificatives del centre

Universitat	Universitat Pompeu Fabra
Nom del centre	Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa TecnoCampus (ESCSET)
Dades de contacte	Dra. Dolors Celma, Directora del Departament d'Empresa
Responsable de l'elaboració de l'informe	Dra. Dolors Celma, Directora del Departament d'Empresa

Taula 2. Distribució de les titulacions impartides a l'Escola

Titulacions impartides al centre				
Denominació	Codi RUCT	Crèdits ECTS	Any implantació	Coordinador/a de la titulació
Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació	2502004	240	2010	Dra. Núria Masferrer
Grau en Turisme i Gestió del Lleure	2500400	240	2009	Dra. Judith Turrión
Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals	2502704	240	2012	Dra. Mónica Oviedo
Grau en Logística i Negocis Marítims	2503029	240	2014	Dr. Jesús E. Martínez
Màster Universitari en Emprenedoria i Innovació	4312568	60	2010	Dr. Giovanni Giusti
Màster Universitari en Logística, Cadena de Subministraments i Negocis Marítims.	4316779	60	2018	Dr. Jesus E. Martínez

2. Valoració de l'assoliment dels estàndars d'acreditació

Estàndard 1: Qualitat del programa formatiu

Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals

1.2. El pla d'estudis i l'estructura del currículum són coherents amb el perfil de competències i amb els objectius de la titulació

En el curs 2022-23 continuem amb la implementació de la modificació del pla d'estudis del grau en Màrqueting i Comunitats Digitals que es va iniciar en el curs 2020-21.

Les modificacions realitzades en la memòria del grau, si bé no implicaven canvis en la naturalesa i els objectius del títol, si van permetre canvis de temporalitat en algunes assignatures específiques, la qual cosa ha permès millorar la continuïtat entre diverses assignatures, facilitant un trànsit més fluid entre assignatures pertanyents a les diferents matèries de la titulació, així com un millor assoliment de les competències transversals i una millor distribució de la càrrega de treball dels diferents cursos.

Sobretot, destaquem que la introducció de l'assignatura *Metodologia de la Investigació* en primer curs, en comptes d'*Elaboració de Projectes* a quart curs, ha servit per a dotar als nous estudiants de les bases necessàries per a desenvolupar els treballs que s'estudien en cursos posteriors, no només al Treball Final de Grau, en els quals es requereix la cerca i processament d'informació per part dels alumnes, sino també per millorar a presentació d'un treball escrit i una exposició oral.

Finalment, amb aquest nou pla, es va augmentar el nombre de crèdits de l'assignatura de *Pràctiques Externes* amb la finalitat de reconèixer la veritable càrrega de treball que suposa per a l'estudiant i d'unificar el nombre de crèdits amb les altres titulacions de l'Escola.

De manera més general, hi ha oberta una acció de millora que afecta a totes les titulacions del centre que té a veure amb l'aplicació de la perspectiva de gènere en les titulacions del centre d'acord amb el Marc general publicat per AQU el desembre de 2018 i el Reial Decret 822/2021, de 28 de setembre sobre l'organització dels ensenyaments universitaris (ESCSE-T.0131).

A continuació es detallen les accions que s'estan portant a terme a nivell d'escola en aquest sentit:

- Des de fa tres anys s'organitzen cursos de formació per al professorat sobre perspectiva de gènere.
- S'estan actualitzant les memòries de les titulacions per incorporar la competència de gènere, d'acord amb les directrius d'UPF que és: "Desenvolupar la capacitat d'avaluar les desigualtats per raó de sexe i gènere i dissenyar solucions".
- Des del curs 2020-21 tots els cronogrames que elabora el professorat per detallar el funcionament de les assignatures (competències, resultats d'aprenentatge, continguts, metodologia i sistemes d'avaluació) incorporen un apartat en què s'han de detallar totes les activitats específiques que es porten a terme per treballar la perspectiva de gènere a l'assignatura.

- Dintre de les propostes d'innovació docent del curs 2020-21 es va desenvolupar un projecte per incloure eines específiques per treballar la perspectiva de gènere en el marc de les assignatures, del qual sen va derivar un document d'aplicació per a totes les titulacions TecnoCampus: "Recomanacions TCM per incloure la perspectiva de gènere a les assignatures".
- Aquest projecte ha continuat en els cursos posteriors amb l'objectiu de generar una guia TecnoCampus amb indicacions específiques per aplicar la perspectiva de gènere a la docència. A més, s'ha incorporat tot un apartat de recursos sobre la introducció de la perspectiva de gènere a la docència dins de l'aula *moodle* de suport al professorat.

Per la seva banda, hi ha tota una sèrie d'accions a nivell de TecnoCampus que contribueixen també de manera transversal a aquesta acció de millora:

- La Fundació TecnoCampus, com a entitat compromesa amb la societat i el territori, promou la igualtat d'oportunitats entre homes i dones per tal d'eradicar qualsevol tipus de discriminació sexista i, en aquest sentit, incorpora la perspectiva de gènere de forma transversal a totes les àrees de treball, estudi, docència i recerca i ha creat el [Portal d'igualtat del TecnoCampus](#). Ha creat la [Unitat d'igualtat](#), que és un servei universitari especialitzat, competent en matèria de polítiques d'igualtat de gènere. Disposa d'un [Pla d'igualtat](#) de gènere que planteja una sèrie d'accions amb l'objectiu d'incorporar la perspectiva de gènere en totes les activitats de la institució, fonamentalment en la docència i en la recerca, però també en la promoció acadèmica, en la presència en els òrgans de govern i de gestió, i en la conciliació de la vida laboral i professional. Aquest Pla s'ha actualitzat amb un horitzó 2018-2023 amb el propòsit essencial d'incorporar un enfocament integrat de promoció de la igualtat d'oportunitats entre dones i homes en tota l'activitat universitària.
- D'altra banda, a TecnoCampus s'organitzen cada any diversos actes de conscienciació sobre les desigualtats i la violència contra les dones coincidint en dates assenyalades, com el Dia Internacional de la Dona (8 de març) o el Dia Internacional contra la Violència Masclista (25 de novembre). L'ESCSET contribueix a aquestes celebracions amb l'organització d'una conferència anual sobre alguna temàtica relacionada amb el paper de les dones en la societat i en el món de l'economia i l'empresa en particular.
- Destacar, també, que TecnoCampus ha entrat a formar part de la Comissió d'Igualtat de la UPF per treballar conjuntament en les polítiques d'igualtat i en l'organització d'actes que la fomentin.
- Des del curs 2018-2019 es contemplen els anomenats crèdits PACS (Programa d'Acció de Compromís Social) que poden obtenir els estudiants que s'impliquin i treballin en temes o aspectes d'abast social, tals com el de la igualtat de gènere.

S'ha de seguir treballant en la incorporació de gènere a la docència per la qual cosa es passa l'acció de millora **ESCSE-T.0131** de "oberta" a "en procés".

1.3. Els estudiants admesos tenen el perfil d'ingrés adequat per a la titulació i el seu nombre és coherent amb el nombre de places ofertes

A continuació es presenten les dades d'aquest estàndard dels estudiants del grau en Màrqueting i CD que estan distribuïts en dos grups:

- Estudiants del grau de Màrqueting i Comunitats Digitals
- Doble grau Administració d'Empreses I Gestió de la Innovació i Màrqueting i Comunitats Digitals

Es poden trobar els principals indicadors d'accés al grau i a la doble titulació, tant de demanda com de matrícula, així com dades descriptives i qualitatives dels estudiants que han accedit el curs 2022-23. S'inclouen dades dels anys anteriors per tal de poder fer una anàlisi evolutiva dels resultats assolits.

Grau en Màrqueting I Comunitats Digitals

La taula següent mostra l'evolució de la demanda i els ratis Demanda/Oferta així com les dades evolutives de matrícula i dels ratis Matrícula/Oferta (M/O). S'entén per demanda el nombre d'estudiants que han sol·licitat estudiar aquesta titulació en primera opció en la preinscripció de juny. Es tracta de la "demanda neta", ja que no està condicionada per la nota de tall o per la manca de places en altres centres.

Oferta, demanda i matrícula:

Taula 3. Evolutiu demanda 1a pref. estudiants de nou accés grau en Màrqueting

	Curs 18/19	Curs 19/20	Curs 20/21	Curs 21/22	Curs 22/23
Places ofertes	65	65	70	70	70
Demanda en primera opció	85	73	55	74	85
Ràtio D/O	1,31	1,12	0,79	1,06	1,21
Estudiants de nou ingrés a 1r curs	71	78	68	75	79
Dona	40	34	35	32	45
Home	31	44	33	43	31
Relació M/O	1,09	1,20	0,97	1,07	1,13
Percentatge d'accés en primera preferència	88,73%	91,03%	86,76%	92,00%	91,14%
Dona	85,00%	82,35%	85,71%	93,75%	91,11%
Home	93,55%	97,73%	87,88%	90,70%	91,18%
Percentatge d'accés matrícula de setembre	0,00%	0,00%	7,35%	0,00%	0,00%

*Dades a 21/11/2022

En els últims dos cursos va haver una important millora de la demanda relacionada amb la sortida de la crisi sanitària per la Covid-19 i un creixent interès professional per les àrees del màrqueting en un context de creixent digitalització empresarial. En el curs 20-21 el nombre d'estudiants que demanen aquests estudis com a primera opció va créixer un 34,5% respecte al curs anterior, mentre que el 2023 aquest creixement va ser del 15%. A més a més, la ràtio D/O ha pujat per sobre de la unitat, en l'últim curs més d'un 20%, quan el número de matriculats va superar l'oferta en un 13%. En el curs 2022-23 també destaca que entre els estudiants de nou ingrés a primer curs, el percentatge de dones va ser de 57%, el més alt de la sèrie. D'altra banda, és notable que en els dos últims anys el percentatge d'estudiants que van triar aquests estudis com a primera opció torna a superar el 91%.

Amb l'augment en la demanda, en els dos últims cursos s'ha recuperat la tendència ascendent de la nota de tall.

A més, un 30% de les persones admeses a través de les PAU va tenir una nota d'accés per sobre de 9, i val la pena destacar el millor perfil de les dones admeses, ja que gairebé un 30% d'elles va tenir una nota d'accés entre 9 i 11 mentre que cap dels homes va estar en aquest rang. Igualment, entre les persones admeses a través de CFGS, FP2 o assimilats, les notes d'accés més alta corresponen totes a dones.

Taula 4. Evolució nota de tall estudiants de nou accés grau en Màrqueting

	Curs 18/19	Curs 19/20	Curs 20/21	Curs 21/22	Curs 22/23
Nota de tall juny PAU+CFGS*	6,856	7,100	5,858	6,814	6,916

*La informació proporcionada per l'Oficina de Preinscripció agrupa la nota de tall de PAU i CFGS

Taula 5. Percentatge notes d'accés estudiants grau en Màrqueting

Curs 2022-2023	05-07	07-09	09-11	11-13	>=13	Sense dades
Proves d'accés a la universitat (PAU)	10,00%	60,00%	24,00%	6,00%	-	-
Dona	6,45%	48,39%	38,71%	6,45%	-	-
Home	15,79%	78,95%	-	5,26%	-	-
CFGS, FP2 o assimilats	25,00%	67,86%	3,57%	3,57%	-	-
Dona	23,08%	61,54%	7,69%	7,69%	-	-
Home	26,67%	73,33%	-	-	-	-

*Dades a 21/11/2022

Quant a la via d'accés, en general la distribució es manté estable, amb una majoria que ingressa a través de les PAU, només amb una lleugera variació respecte al curs 2020-21, quan aquesta proporció va ser del 64,7%.

Taula 6. Vies d'accés estudiants grau en Màrqueting

Curs 2022-2023	N	%
Proves d'accés a la universitat (PAU)	50	63,3%
Dona	31	68,9%
Home	19	55,9%
CFGS, FP2 o assimilats	28	35,4%
Dona	13	28,9%
Home	15	44,1%
Titulats	-	-
Dona	-	-
Home	-	-
Proves específiques per a majors de 25, 40 i 45 anys	-	-
Dona	-	-
Home	-	-
Accés directe amb crèdits reconeguts	1	1,3%
Dona	1	2,2%
Home	-	-

*Dades a 02/11/2022

Doble titulació Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals/Grau en Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació

En el cas de la doble titulació, s'ha estabilitzat la demanda en primera opció mantenint la ràtio demanda/oferta per sobre de la unitat.

Per part seva, també ha baixat una mica el nombre d'estudiants de nou ingrés, però no obstant això, el percentatge d'estudiants que ha seleccionat la doble titulació com a primera opció és del 93,6%, el més alt dels últims cinc cursos.

En el curs 2022-23, una vegada més el nombre de dones ha superat al d'homes que ingressen per primera vegada a la universitat, amb una participació del 57% versus el 43% respectivament.

Oferta, demanda i matrícula:

Taula 7. Evolució demanda 1a pref. estudiants de nou accés grau en Màrqueting

	Curs 18/19	Curs 19/20	Curs 20/21	Curs 21/22	Curs 22/23
Places ofertes	55	55	60	60	60
Demanda en primera opció	70	59	71	69	66
Ràtio D/O	1,27	1,07	1,18	1,15	1,10
Estudiants de nou ingrés a 1r curs	63	62	66	68	63
Dona	42	29	43	34	36
Home	21	33	23	34	27
Relació M/O	1,15	1,13	1,10	1,13	1,05
Percentatge d'accés en primera preferència	90,48%	85,48%	90,91%	89,71%	93,65%
Dona	85,71%	89,66%	93,02%	88,24%	91,67%
Home	100,00%	81,82%	86,96%	91,18%	96,30%
Percentatge d'accés matrícula de setembre	0,00%	6,45%	0,00%	0,00%	0,00%

**Dades a 21/11/2022*

La nota de tall va continuar la seva tendència ascendent, fins a aconseguir el màxim de la sèrie en el curs 2021-22 (8,832), encara que en l'últim curs es va reduir 2,9 dècimes. Respecte a la nota d'accés, es destaca que més d'un 19% dels admesos a través de les proves d'accés a la universitat hagi entrat amb una nota entre 11 i 13, mentre que més d'un 54% està en el rang entre 9 i 11, un percentatge molt superior als estudiants que ingressen només al grau de màrqueting.

Taula 8. Evolució nota de tall estudiants de nou accés doble tit. AdE/Màrqueting

	Curs 18/19	Curs 19/20	Curs 20/21	Curs 21/22	Curs 22/23
Nota de tall juny PAU+CFGS*	7,948	7,924	8,600	8,832	8,544

**La informació proporcionada per l'Oficina de Preinscripció agrupa la nota de tall de PAU i CFGS*

Taula 9. Percentatge notes d'accés estudiants doble tit. AdE/Màrqueting

Curs 2022-2023	05-07	07-09	09-11	11-13	>=13	Sense dades
Proves d'accés a la universitat (PAU)	-	26,32%	54,39%	19,30%	-	-
Dona	-	30,30%	51,52%	18,18%	-	-
Home	-	20,83%	58,33%	20,83%	-	-
CFGS, FP2 o assimilats	-	60,00%	40,00%	-	-	-
Dona	-	50,00%	50,00%	-	-	-
Home	-	66,67%	33,33%	-	-	-

**Dades a 21/11/2022*

Com és habitual, la via d'accés més comú a la doble titulació és a través de les PAU, encara que proporcionalment s'ha reduït respecte al curs 2020-21, quan va estar en 92,42%.

Taula 10. Vies d'accés estudiants doble tit. AdE/Màrqueting

Curs 2022-2023	N	%
Proves d'accés a la universitat (PAU)	57	90,5%
Dona	33	91,7%
Home	24	88,9%
CFGS, FP2 o assimilats	5	7,9%
Dona	2	5,6%
Home	3	11,1%

Curs 2022-2023	N	%
Titulats	-	-
Dona	-	-
Home	-	-
Proves específiques per a majors de 25, 40 i 45 anys	-	-
Dona	-	-
Home	-	-
Accés directe amb crèdits reconeguts	1	1,6%
Dona	1	2,8%
Home	0	-

*Dades a 02/11/2022

Creiem que el nombre d'estudiants és coherent amb el nombre de places ofertes.

1.4. La titulació disposa de mecanismes de coordinació docent adequats

A la web de l'ESCSET es pot trobar informació de tots els òrgans que permeten l'organització i coordinació del centre:

<https://www.tecnocampus.cat/escoles-superiors-del-tecnocampus/escola-superior-de-ciencies-socials-i-de-lempresa>

Dins d'aquest apartat es troba el Règim de Reglament Intern que regula específicament tot el funcionament del centre:

<https://www.tecnocampus.cat/upload/Reglament%20règim%20intern%20ESCSET%202015.pdf>

Els principals mecanismes que asseguren la coordinació al centre en totes les titulacions es poden resumir de la forma següent:

- Entre els membres de direcció: Es convoquen reunions quinzenals de l'equip de direcció (director, directora adjunta i cap d'estudis) per fer un seguiment dels temes que van sorgint al centre.

- Entre la direcció i les coordinacions dels graus: S'analitzen i es prenen decisions generals del centre que poden afectar a totes les titulacions, així com específiques de cada estudi mitjançant les reunions mensuals de la Junta de Direcció del centre on es reuneixen la direcció del centre, cap d'estudis i els coordinadors de tots els graus.

- Entre totes les unitats del centre mitjançant reunions trimestrals de la Junta de Direcció ampliada on a més dels membres de la Junta de Direcció hi assisteixen la resta de responsables del centre (responsable de TFG, responsable de pràctiques, tutor, responsable d'emprenedoria, responsable de relacions internacionals, responsable d'idiomes, directors dels màsters i responsable de recerca).

- Cada curs es convoquen diferents reunions de la direcció amb tot el professorat del centre: Una Jornada d'acollida d'inici de curs i dos claustres (un a final del primer trimestre i un a final de curs).

- Entre la direcció del centre i els estudiants: Mitjançant reunions trimestrals de la direcció de centre i el tutor amb la Junta de Delegats del centre.

- Entre la direcció del centre i el PAS: Es fan reunions adhoc en funció de les necessitats de cada moment.

Des de la coordinació dels estudis, cada final de curs i/o trimestre, depenent del cas, el coordinador del grau planifica reunions amb professorat de les assignatures de cadascuna de les matèries del grau per avaluar conjuntament el funcionament de la docència i valorar possibles ajustaments de continguts entre les assignatures per afavorir la coordinació. Cada inici de curs, a la "Jornada de Benvinguda del professorat" es presenta i comenta amb el professorat un document sobre la "Visió global i mapa conceptual del Grau". L'objectiu principal és posar en comú tots els aspectes del Grau a tenir en compte per tal de donar una visió global de la titulació, de manera que es presenta, entre altres aspectes com els objectius generals de la titulació, descripció del pla d'estudis, diagrama de continguts i la interrelació entre les diferents assignatures de la titulació.

Per tal de valorar la coordinació docent de la titulació, es presenta també la dada sobre la satisfacció dels graduats relacionada amb la coordinació de continguts de les assignatures, així com la dada de satisfacció del PDI amb els mecanismes de coordinació docent a la titulació:

Taula 11. Satisfacció dels graduats/des de Màrqueting en el moment de tramitar el títol

	Curs 20/21	Curs 21/22
Participació	84%	59%
Hi ha hagut una bona coordinació en els continguts de les assignatures per evitar solapaments	4,6	5,0

Font: Enquesta de satisfacció dels estudiants titulats durant el curs acadèmic, realitzada en el moment en què sol·liciten l'expedició del títol

La valoració que fan els graduats sobre la coordinació en els continguts de les assignatures de la titulació, tot i que ha millorat sensiblement en l'últim any, és baixa.

Segons l'anàlisi que hem fet en els últims cursos, aquesta percepció està determinada principalment pel fet que en algunes assignatures es treballen els elements apresos en assignatures més bàsiques o generals, però aplicats després a entorns concrets (per exemple, es fa ús de eines de diagnòstic o planificació, com ara l'anàlisi DAFO o PESTEL, en diferents aplicacions de màrqueting, com per exemple a màrqueting institucional, màrqueting social i d'esdeveniments, retail màrqueting, etc.). En aquest sentit, encara que la repetició de conceptes és inevitable i que no es tracta sempre d'un solapament, la majoria dels estudiants considera innecessari repetir les explicacions cada vegada que s'utilitza un concepte o eina, en contra del judici dels docents, la qual cosa fa que costi superar els baixos nivells de satisfacció.

Per això s'han intensificat els esforços de coordinació amb el professorat del grau, especialment mitjançant les reunions trimestrals i anuals que es fan amb la coordinació, en les quals s'explica als docents el mapa conceptual del grau, en quins matèries estan distribuïdes les assignatures i quan s'imparteix cadascuna perquè quedi clar les interrelacions entre els seus continguts. A més, s'informa de qui són els professors i professores a càrrec de les assignatures i es promouen reunions específiques per a consensuar referències comunes i fins i tot compartir el material.

En aquest aspecte, és notable el contrast del nivell de satisfacció dels estudiants amb el del professorat. Amb una participació de més de la meitat dels docents, l'enquesta realitzada al final del curs 2021-22 assenyala una satisfacció mitjana de 8,6, notablement millor que el curs anterior.

Taula 12. Satisfacció del PDI de Màrqueting

	Curs 20/21	Curs 21/22
Participació	45%	56%
Estic satisfet/a amb els mecanismes de coordinació docent a la titulació	7,2	8,6

Font: Enquesta de satisfacció del PDI, realitzada en el tram final del curs acadèmic (maig)

En conclusió, creiem que s'ha de seguir treballant per millorar la coordinació en els continguts de les assignatures per evitar solapaments i explicar millor als estudiants les interrelacions entre els coneixements. Per això s'obre una nova acció de millora en la titulació en aquest sentit: **ESCSE-T.0134:** Establir reunions periòdiques de professorat per matèries de la titulació per treballar conjuntament la transició de continguts entre les assignatures de la titulació.

E estàndard 2: Pertinència de la informació pública

2.1. La institució publica informació veraç, completa, actualitzada i accessible sobre les característiques de la titulació i el seu desenvolupament operatiu

2.1.1. Informació a través de la web

La [web del Tecnocampus](#) està dissenyada per oferir informació pública als diferents grups d'interès. Els estudiants de nou accés consideren la web com una de les vies més destacades d'entre les que han fet servir per obtenir informació dels estudis abans de matricular-s'hi. Així, a l'enquesta als estudiants de nou accés de TecnoCampus, se'ls pregunta com ens han conegut i se'ls ofereixen 12 possibles respostes no excloents. En l'enquesta del curs 2022/2023 els ítems més destacats van ser, per aquest ordre, l'ús de cercadors web (52%), la recomanació d'amics i familiars (50%), la jornada de portes obertes (26%), el saló de l'ensenyament (17%), la web de TecnoCampus (17%) i les xerrades d'orientació universitària de TecnoCampus (16%).

Així mateix, l'Escola treballa per tal que la web sigui igualment eficaç un cop els estudiants ja formen part de la comunitat universitària de Tecnocampus, de manera que tant a nivell de web pública, com a nivell d'intranet, tingui una estructura clara de continguts que els permeti navegar amb comoditat i eficiència.

L'Escola aplica un procediment per a la publicació i revisió de la informació pública a la web del Tecnocampus que correspon al procés del SGIQ [P6.1: Definir la informació pública de les titulacions](#), referent tant a la informació general del centre com particular per a cadascuna de les titulacions que s'hi imparteixen.

Pel que fa a la informació general del centre, aquesta inclou una presentació i una breu història, l'estructura de govern i gestió, l'oferta formativa, la recerca, el professorat, informació del Treball Final de Grau i un [apartat de Qualitat](#) que conté els Informes de Seguiment i Acreditació dels títols, el Sistema Intern de Garantia de la Qualitat i un accés ràpid a la informació específica dels estudis (web de l'estudi, memòria verificada i indicadors).

En el cas de les titulacions, la informació abasta tant els aspectes acadèmics com els dels serveis que la institució posa a l'abast dels estudiants (veure [aquí](#) l'accés a la informació del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals).

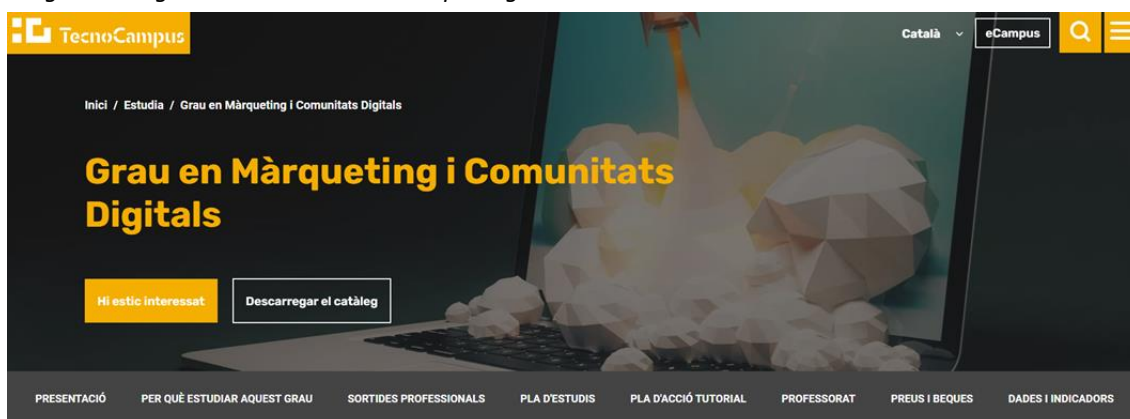
Sobre els aspectes acadèmics, es dona informació sobre:

- **Presentació dels estudis**, amb informació especialment orientada al futur estudiant: dades generals, perfil d'ingrés, competències de la titulació.
- **Pla d'estudis**, aportant tant una visió global de la seva estructura com una de més específica a nivell d'assignatures, en aquest cas a través dels plans docents, que contenen informació de les competències associades, els resultats de l'aprenentatge, els continguts, les activitats formatives, el sistema d'avaluació i el professorat encarregat de la seva impartició.
- **Sortides professionals**, amb un llistat de les funcions més habituals dels graduats en aquest estudi.

- **Preus i beques**, amb informació de les taxes universitàries, formes de pagament, finançament i bonificacions.
- **Pla d'Acció Tutorial**, amb informació del servei de tutories i mecanisme per a contactar amb el tutor o tutora.
- **Professorat**, amb accés a les dades de contacte i el perfil acadèmic (CV).
- **Dades i indicadors**, amb enllaços directes a les característiques de la titulació i el seu desenvolupament operatiu i a una taula que, de manera agregada, mostra l'evolució dels indicadors de la titulació d'acord amb els que AQU proposa en la seva guia per al seguiment de les titulacions oficials i que s'actualitzen cada any.

A continuació, es mostra la informació del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals:

Figura 1. Pàgina web del Grau en Màrqueting



En referència als plans docents dels graus, es disposa d'una plataforma que gestiona les seves actualitzacions anuals, permetent l'edició per part dels responsables de les assignatures i els coordinadors fins que aquests últims els validen. Un cop validats, es tanca l'accés a la plataforma i es publiquen automàticament a la pàgina de Pla d'estudis del Grau i a l'Aula Virtual corresponent.

Cal assenyalar que la informació pública dels Plans Docents conté únicament les dades bàsiques de cada assignatura o matèria d'acord amb la memòria de verificació de títol. El detall de la informació corresponent a les activitats formatives i d'avaluació, així com la seva planificació en el calendari, pot ser consultada pels estudiants a través de l'aula virtual, ja que poden variar d'un any a un altre. En el cas del TFG, per exemple, on els estudiants són més autònoms, a l'aula virtual podran trobar informació molt detallada, tant dels procediments per als seguiments com de les rúbriques i criteris per a les avaluacions, així com recomanacions i advertiments a tenir en compte per al seu desenvolupament.

Referent a la [informació de recerca](#) a la web es mostra informació específica dels diferents grups d'investigació de la institució organitzats per àrees.

Sobre els serveis, es dona informació sobre gestió acadèmica (matrícula, beques, tràmits diversos, etc.), mobilitat, serveis d'emprenedoria, pràctiques, inserció laboral, biblioteca, activitats extra-curriculars, participació dels estudiants i serveis als graduats (Alumni).

L'actualització de les informacions de cada grau és responsabilitat de la direcció (caps d'estudis i coordinadors), secretaries de centre, l'equip del Servei per a la Qualitat, Aprenentatge i Innovació (SQAI)

i el servei de Gestió Acadèmica. Els professorat és el responsable de la informació pública sobre el seu perfil, la qual ha de contenir, com a mínim, el grau acadèmic i la seva experiència acadèmica, professional i de recerca.

2.1.2. Informació a través de la Intranet

Des del web públic del TecnoCampus, professors i estudiants accedeixen a una intranet anomenada [eCampus](#). Per fer-ho, hi ha una validació prèvia amb el nom d'usuari i contrasenya que els permet la navegació amb un únic perfil. Des de l'eCampus accedeix a les Aules Virtuals de les assignatures i els diferents aplicatius que estan a la seva disposició, diferents segons l'usuari sigui professor o estudiant.

Figura 2. Intranet per a estudiants i professorat -eCampus-

The screenshot displays the eCampus intranet interface. At the top, there is a navigation bar with the 'eCampus' logo and several icons representing different services: Aula Virtual, Serveis del Campus, Serveis, Tràmits Acadèmics, Espai Personal, Sermat, and Punt Informació Estudiants. A user profile dropdown is visible in the top right corner, showing 'Professor UPF'. Below the navigation bar is a large banner with a hand icon pointing to the text 'JA POTS CONTESTAR LES ENQUESTES DE SATISFACCIÓ AMB LA DOCÈNCIA'. The main content area is divided into several sections: 'Calendari aula virtual' showing a calendar for November 2022; 'Pròxims esdeveniments aula virtual' with a message 'No hi ha esdeveniments' and a button 'VEURE TOTS ELS ESDEVENIMENTS'; 'Els meus accessos directes' listing links like 'HORARIS ONLINE', 'BÚSTIA', 'EXPEDIENT UPF', 'EXPEDIENT UPC', 'WIFIS DISPONIBLES', and 'BORSA DE TALENT'; and 'Notícies eCampus' featuring a news item about 'El TecnoChallenge reuneix cinquanta estudiants per resoldre reptes d'emprenedoria' dated 29 Nov 2022. At the bottom, there is a 'Reserves sermat' section with a progress bar showing various stages: Inicial, Aprobats, Pendents, Demanat, Preparats, Recollit, Finalitzat, and Incògnit.

Per al PDI i PAS també hi ha una [Intranet](#) específica, on disposen d'informacions diverses (normatives del TecnoCampus, actes de reunions, calendaris, informes de satisfacció, etc.), formularis per a la realització d'alguns tràmits (sol·licitud de cursos, instàncies, etc.) i una aplicació per a peticions relacionades amb serveis tècnics.

Figura 3. Intranet específica per a PDI i PAS

Finalment, des de la Intranet, les direccions de les escoles universitàries del TecnoCampus disposen d'accés al Sistema d'Informació a la Direcció (SID), un per a cada centre, que s'estructura com a repositori de documents d'interès (memòries de verificació, indicadors, estudis, etc.).

2.1.3. Satisfacció dels usuaris respecte la qualitat i l'accessibilitat de la informació pública

En dues de les enquestes de satisfacció definides en el SGIQ s'inclouen preguntes referents a la qualitat i accessibilitat de la informació pública del web, una de les enquestes adreçada als estudiants de nou accés i l'altra a tots els estudiants matriculats en cadascun dels graus.

Als estudiants de nou accés se'ls demana (enquesta que responen en formalitzar la matrícula) que valorin la qualitat de la informació disponible abans de la matrícula. Considerem que els valors (veure següent taula) són adequats.

A tots els estudiants matriculats se'ls demana (enquesta que responen cap a meitat de curs) que valorin l'accessibilitat de la informació que busquen a la web; considerem que la valoració (veure següent taula) és adequada.

Taula 13. Accessibilitat de la informació a la web de Màrqueting

	Curs 18/19	Curs 19/20	Curs 20/21	Curs 21/22
Percentatge dels estudiants de nou accés del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals que consideren bona o molt bona la qualitat de la Informació disponible abans de la matrícula (font: enquesta anual als estudiants de nou accés)	90%	90%	84%	87%
Percentatge dels estudiants de nou accés de la doble titulació Màrqueting/AdE que consideren bona o molt bona la qualitat de la Informació disponible abans de la matrícula (font: enquesta anual als estudiants de nou accés)	76%	85%	82%	92%

	Curs 18/19	Curs 19/20	Curs 20/21	Curs 21/22
Satisfacció dels estudiants del Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals amb l'accessibilitat de la informació que busquen a la web (font: enquesta anual de satisfacció dels estudiants amb els serveis)	6,8	7,0	6,7	6,8
Satisfacció dels estudiants de la doble titulació Màrqueting/AdE amb l'accessibilitat de la informació que busquen a la web (font: enquesta anual de satisfacció dels estudiants amb els serveis)	7,1	6,9	6,9	7,0

Considerem que aquests resultats són satisfactoris i que la publicació a la web de la informació sobre les titulacions del centre és totalment pertinent i adequada perquè està actualitzada en tot moment, és completa, i accessible als grups d'interès.

2.2. La institució publica informació sobre els resultats acadèmics i de satisfacció

El centre publica els indicadors mínims definits per AQU a la seva [Guia de seguiment de titulacions](#). Aquesta taula d'indicadors és accessible des de la pestanya "dades i indicadors" del Grau.

Per accedir als indicadors cal seleccionar la pestanya [Estudia > Graus > Grau en ... > Dades i indicadors](#). També es pot accedir des de la pestanya de Qualitat del centre. Aquí també es poden trobar enllaços a portals externs (AQU) que ofereixen informació sobre les titulacions.

Dins l'apartat "Dades i indicadors" de la titulació es pot trobar la informació següent:

- Accés directe a l'apartat on està la informació del Sistema de Garantia Interna de la Qualitat
- Accés directe als informes de seguiment. Aquests informes contenen els resultats acadèmics, expressats mitjançant indicadors, així com una valoració dels mateixos que es té en compte per al pla de millora amb el qual conclou el document. És també en aquest document on es recullen els resultats de les diferents enquestes de satisfacció que s'adrecen anualment a estudiants i professorat així com la seva valoració i anàlisi per part de la direcció del centre tenint present les dades evolutives i de tendència. Concretament, les dades més significatives referents a les enquestes i els resultats acadèmics es poden trobar en els següents apartats de l'informe.
- Apartat 4.3: Enquesta de satisfacció del PDI
- Apartat 5.1 i 5.2: Enquesta de satisfacció dels estudiants amb els serveis
- Apartat 6.1: Enquesta de satisfacció dels graduats
- Apartat 6.2: Enquesta de satisfacció dels estudiants amb l'actuació docent
- Apartat 6.3: Resultats acadèmics (taxes i resultats de les assignatures)
- Apartat 6.4 Enquesta d'inserció laboral dels graduats.
- Desenvolupament operatiu de la titulació, que recull de manera agregada i mitjançant enllaços tota la informació que afecta els aspectes organitzatius dels estudis: Accés, Matrícula, Pràctiques, Mobilitat, TFG, Pla d'Estudis, Planificació del curs.
- Enllaç a la taula d'indicadors mínims de la titulació, definits per AQU a les pàgines 22 i 23 de la "[Guia per al seguiment de les titulacions oficials de Grau i Màster](#)" de gener de 2022. Tot i que la

Guia només contempla un indicador de satisfacció dels graduats, en el nostre cas hem afegit indicadors de la satisfacció dels estudiants amb la docència rebuda i amb els serveis generals.

Correspon a la cap d'estudis i als coordinadors de titulacions, amb l'assessorament i recolzament del coordinador de qualitat de Tecnocampus, l'organització via telemàtica de les enquestes de satisfacció dels estudiants, tant pel que fa a la recollida com al seu processament. Es valora positivament el nivell de respostes obtingudes, malgrat la variabilitat que s'observa en la participació depenent d'un Grau/Màster o un altre o d'un any a l'altre. El coordinador de qualitat de Tecnocampus informa puntualment a la cap d'estudis del nombre d'enquestes rebudes dia a dia dins del període establert perquè els estudiants les responguin. D'aquesta manera, es coneix puntualment el nombre de respostes de cada Grau i es poden prendre mesures en aquells cursos on el nombre de respostes és molt baix. Els departaments de comunicació i serveis tècnics, el servei de qualitat, aprenentatge i innovació i la direcció del centre treballen de manera coordinada per a una millora en la participació a les enquestes.

Els resultats de les enquestes de satisfacció són posats en coneixement als estudiants a través de la memòria de Centre i els informes de seguiment que es publiquen a la web de l'Escola.

A més de les informacions anteriors, que són públiques per a tots els col·lectius, a nivell intern hi ha diferents ubicacions dels resultats de les enquestes en funció del col·lectiu a qui va dirigit:

- A la Intranet, tot el personal pot accedir als resultats de l'enquesta de satisfacció del PDI, a l'enquesta de satisfacció del PAS, a l'enquesta de satisfacció dels estudiants i a la Memòria de Qualitat de Tecnocampus. Aquesta Memòria és un document que recull els resultats de les tres Escoles, inclosos els de les enquestes que es troben així mateix en el respectiu Sistema d'Informació a la Direcció (SID) de cada centre.
- En el SID, els membres de la Direcció de l'Escola poden accedir a l'enquesta de satisfacció dels estudiants amb els serveis generals, l'enquesta als estudiants de nou accés, l'enquesta als ocupadors, l'enquesta als titulats i la enquesta als estudiants sobre el Treball Fi de Grau.
- Al Campus Virtual, cada professor pot accedir als resultats de les enquestes de satisfacció amb la docència dels seus estudiants, que inclou dades globals a efectes comparatius per tal de fomentar així la reflexió. Els estudiants, en el Campus Virtual, tenen accés a una aplicació que els permet consultar els resultats de les diferents preguntes de les enquestes de satisfacció dels estudiants amb la docència a nivell de Grau, trimestre i curs acadèmic.

Considerem que la publicació a la web dels resultats acadèmics i de satisfacció de les titulacions del centre són totalment pertinents i adequats perquè estan actualitzats en tot moment, són molt complerts i accessibles als grups d'interès.

2.3. La institució publica el SGIQ en què s'emmarca la titulació i els resultats del seguiment i l'acreditació de la titulació

A la UPF, tant en els seus centres propis com adscrits, el Sistema de Garantia Interna de la Qualitat és l'eina que permet el seguiment de la qualitat de les titulacions i de la seva acreditació. L'Escola disposa d'un sistema propi, que és una adaptació del sistema de la UPF, atenent els aspectes diferencials del centre. A més, des del curs 2020/2021 es disposa d'un SGIQ-Marc Tecnocampus que abasta els processos

transversals a les 3 escoles de TecnoCampus, quedant així en el SGIQ-ESCSET només els processos específics de l'Escola.

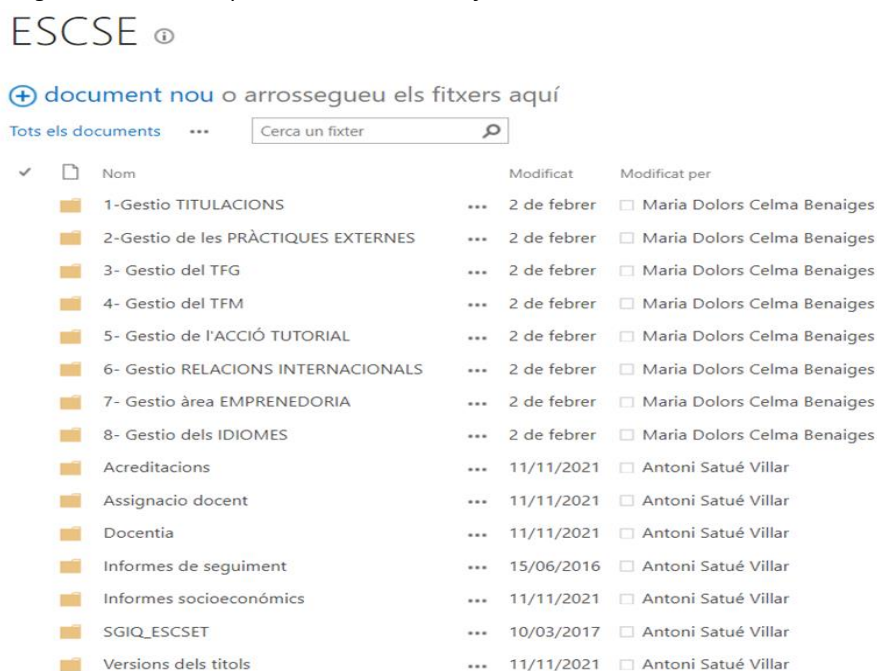
A la pàgina web de TecnoCampus, el Sistema de Garantia Interna de la Qualitat (SGIQ-Marc i SGIQ-ESCSET) pot trobar-se per dues vies: accedint a la pestanya Qualitat de l'Escola o bé accedint a la pestanya "Dades i indicadors" de qualsevol de les titulacions. El SGIQ consta del manual (que, entre altres, inclou un apartat amb la política de qualitat) i el detall dels seus processos. A més, també es publica l'última versió del pla de millora anual d'aquest sistema així com l'informe de la darrera revisió. Aquesta informació és d'accés lliure.

Es pot accedir als resultats del seguiment i l'acreditació de la mateixa manera. Si accedim des de l'apartat "Qualitat" de l'Escola disposem dels informes de seguiment (de l'Escola) i de tots els informes d'acreditació de l'Escola. Si accedim des de la pestanya "Dades i indicadors" d'una titulació en concret, disposem del darrer informe de seguiment i d'un enllaç directe a l'apartat "Qualitat". Com abans, aquesta informació és d'accés lliure.

A nivell intern, el SGIQ (SGIQ-Marc i SGIQ-ESCSET) també està disponible a la Intranet (accés restringit a PDI i PAS). Les persones propietàries i responsables de gestió dels processos del SGIQ tenen accés a un espai restringit on mantenen actualitzada la darrera versió dels processos.

Amb accés restringit a la direcció del centre i altres responsables acadèmics, es pot accedir a través de la Intranet a l'apartat anomenat **Sistema d'Informació a la Direcció (SID)**, espai virtual on es recull la informació de les titulacions que ha de servir per a fer-ne les posteriors anàlisis i valoracions incloses en els Informes de Seguiment anuals de cada titulació del centre. El Sistema d'Informació per a la Direcció (SID) és un element més del SGIQ. L'objectiu del SID és ajudar a vetllar per la qualitat i la millora contínua de la qualitat dels títols i és la principal eina d'informació per a la presa de decisions dels responsables de les titulacions del centre. Entre altres informacions, el SID conté el SGIQ i els resultats dels seguiments i les acreditacions.

Figura 4. Intranet, apartat del Sistema d'Informació a la Direcció



Amb la seva publicació a la web, considerem que la política de qualitat, els processos del SGIQ i els resultats, tant d'acreditació com de seguiment, són totalment pertinents i adequats.

Estàndard 3: Eficàcia del sistema de garantia interna de la qualitat de la titulació

L'anàlisi del SGIQ es fa en l'informe de revisió del SGIQ, disponible a <https://www.tecnocampus.cat/qualitat-tecnocampus/sistema-de-garantia-interna-de-la-qualitat-escset>

ACCIONS DE MILLORA

Hi ha 2 accions en el pla de millora:

L'acció ESCSE-T-0124 pretén consolidar la implantació dels processos del SGIQ. Cada any s'ha revisat el SGIQ de l'escola i fins i tot estava previst portar aquest SGIQ a certificació. Però al desembre de 2021 el Patronat de la Fundació TecnoCampus, amb el vistiplau de la Universitat Pompeu Fabra, va acordar la fusió de les actuals tres escoles en una única escola. Aquesta decisió va interrompre el procés de certificació del SGIQ Marc del TecnoCampus com a pas previ per a la certificació del SGIQ de les actuals tres escoles - l'ESCSET era la primera en el procés - i per això actualment el SGIQ de centre no està certificat. També és important dir que amb la Universitat Pompeu Fabra s'ha acordat que el SGIQ del centre unificat entri en el procés de certificació tan aviat com sigui possible i així ho ha transmès a AQU. Com a evidència s'enllaça la resolució del Patronat per a la fusió de centres. Aquesta fusió de centres, en el moment de la redacció d'aquest informe, encara no està materialitzada, restant pendent la publicació en el DOGC, prevista per les properes setmanes. Tanquem l'acció de millora ja que anualment els propietaris i responsables de gestió han revisat els seus processos.

Finalment, l'acció TECNOCAMPUS.0003 és transversal a tots els estudis de TecnoCampus i pretén millorar en general la participació a les enquestes. L'acció segueix en procés i serà revisada en el marc de la comissió de qualitat TecnoCampus.

Estàndard 4: Adequació del professorat al programa formatiu

Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals

4.1. El professorat reuneix els requisits del nivell de qualificació acadèmica exigits per les titulacions del centre i té suficient i valorada experiència docent, investigadora i, si escau, professional

Les taules següents mostren, en aquest informe, la distribució de la plantilla de professorat segons nivell d'estudis –categoria doctor i no doctor- i el percentatge d'hores docents impartides per professorat de cada nivell. També s'indica el percentatge de crèdits docents impartits per doctors acreditats.

Cal tenir en compte que en els còmputos no s'inclouen les tutories de Pràctiques i TFG, però sí els crèdits per coordinar i fer el seguiment de les tutories de les Pràctiques i els TFG ja que per al centre és cabdal garantir que aquestes dues activitats formatives tinguin una coherència i un funcionament homogeni en tots els estudis que s'imparteixen i s'executen respectant els principis i normes úniques. En el cas de la dedicació de les tutores i tutors tant de Pràctiques com de TFG, s'articula com una dedicació fora de la càrrega docent ordinària i per a la realització de la qual es percep la remuneració addicional establerta en el Conveni laboral del Tecnocampus". (això és així perquè, generalment, la dedicació dels tutors i tutores, tant de Pràctiques com de TFG no es computa en crèdits/hores sino que es percep una remuneració establerta en el Conveni laboral de TecnoCampus). Cal dir, però, que de mitjana, els percentatges de doctors i doctores acreditats es mantenen en els mateixos percentatges també en les tutories de TFG i de Pràctiques. Amb això es dona resposta a l'acció **ESCSE-T.0125** i es tanca dintre del pla de millora.

Pel que fa a les hores docents, a l'ESCSET s'estableix l'equivalència 1 ECTS=10 hores docents, essent les hores docents les que dedica el professor/a presencialment amb els estudiants, ja sigui amb classes amb tot el grup o amb grups més reduïts segons l'activitat formativa programada.

Taula 14. Nombre de professorat per categoria i segons doctorat a Màrqueting

Curs 22/23		Permanents	Associats	Total
Doctors	Dones	3	3	6
	Homes	9	2	11
	Total	12	5	17
No doctors	Dones	-	11	11
	Homes	1	10	11
	Total	1	21	23

* ECTS impartits per professorat acreditat

Taula 15. Hores impartides docència (HIDA) segons categoria de professorat i doctorat a Màrqueting

Curs 22/23		Permanents	Associats	Total	% Hores impartides per doctors i no doctors
Doctors	Dones	220	320	540	29,7%
	Homes	940	340	1.280	70,3%
	Total	1.160	660	1.820	48,1%
No doctors	Dones	-	880	880	44,9%
	Homes	100	980	1.080	55,1%
	Total	100	1.860	1.960	51,85%

Curs 22/23: Percentatge d'hores impartides per PDI Doctor acreditat respecte les hores impartides pel total de PDI: 29,21%

En el curs 2022-23 s'està una mica per davall dels crèdits impartits per doctors i doctores acreditats que estableix l'article 72.2 de la Llei Orgànica 6/2001, tot i que en cursos anteriors sí que s'havia complert. El motiu principal és que el professorat doctor de l'ESCSET imparteix classes a totes les titulacions del centre i es distribueix de manera diferent cada curs segons les necessitats docents del centre (cal dir que les diferents titulacions són totes de l'àmbit de la gestió empresarial i per aquest motiu el professorat doctor rota entre les diferents titulacions). Per tant, si es fa el càlcul a nivell de l'ESCSET, sí que s'està per damunt del 50% de crèdits impartits per doctors.

Per fer una anàlisi per gènere, es presenten a continuació les dades segons gènere per separat, és a dir, mirem el percentatge d'hores impartides per dones doctores respecte el percentatge total d'hores impartides per dones i el percentatge d'hores impartides per homes doctors respecte el total d'hores impartides per homes.

Taula 16. Hores impartides docència (HIDA) segons categoria de professorat i doctorat⁽¹⁾ a Màrqueting

Curs 22/23		Total	% Hores impartides per doctors i no doctors
Dones	Doctors	540	38,03%
	No doctors	880	61,97%
	Total	1.420	100,00%
Homes	Doctors	1.280	54,24%
	No doctors	1.080	45,76%
	Total	2.360	100,00%

* ECTS impartits per professorat acreditat

⁽¹⁾ Anàlisi per gènere

En aquest cas, s'observa que el percentatge de doctors supera el 50% en el cas del homes però només arriba al 38% en el cas de les dones.

Arrel de la valoració del seguiment de 2021, hi ha una acció oberta en el pla de millora (**ESCSE-T.0126**) que fa referència a la falta d'especialització i acreditació del professorat en l'àrea de Comercialització i Investigació de Mercats. Dels 12 doctors permanents que imparteixen docència al grau en màrqueting en el curs 2022-23, quatre d'ells són de l'àmbit del màrqueting i investigació de mercats, però no tota la seva docència al centre la imparteixen en el grau en Màrqueting i CD. Estem pendents de la resolució per part d'AQU de les resolucions d'acreditació de diferent professorat del grau (que s'ha de notificar durant aquest curs) i també aquest curs hi ha previst treure una nova plaça de professorat permanent de l'àrea de màrqueting.

Pel que fa al perfil del professorat associat que imparteix assignatures específiques de l'àrea de màrqueting i de l'àrea de comunitats digitals, la majoria són professionals en actiu i amb dilatada experiència professional i acadèmica i, més concretament, dos d'ells, estan prop de defensar la seva tesi doctoral en l'àmbit del màrqueting i amb perspectives de consolidar-se com a professorat a temps complert en el centre.

Existeix el convenciment que l'augment del número de professorat permanent i de professorat doctor acreditat contribuirà a la consolidació d'aquests estudis a curt termini i a l'excel·lència a mitjà i llarg

termini, ja que en definitiva aquest professorat serà el que s'implicarà en major intensitat en projectes d'innovació docent i en la Recerca, essencials per al manteniment de la qualitat aconseguida. Per això, es passa l'acció **ESCSE-T.0126** d' "oberta" a "en procés" i s'allarga fins al 31 de desembre de 2024 per tal de treballar per aconseguir projectes de recerca competitius en l'àmbit del màrqueting i més professorat especialitzat en aquesta àrea. Així mateix es manté també, a nivell de centre, l'acció **ESCSE-T.0122** del pla de millora per treballar per incrementar el nombre de professorat doctor acreditat anivell global.

4.2. El professorat del centre és suficient i disposa de la dedicació adequada per desenvolupar les seves funcions i atendre als estudiants

En aquest apartat es presenten les dades sobre el professorat i la satisfacció dels estudiants referents tant al grau en Màrqueting i CD com a la doble titulació en AdE/Màrqueting.

4.2.1. Dedicació del professorat

La plantilla de professorat permanent és més baixa que la de professorat associat, però està dins de la mitjana de tots els estudis de grau de l'ESCSET, donades les seves característiques de centre adscrit.

Quant al professorat associat, en la majoria de casos, són acadèmics que comparteixen docència amb altres centres universitaris, o professionals de l'empresa que compaginen la seva activitat docent amb la seva activitat professional.

És important remarcar que tota la plantilla, tant si es tracta de professorat permanent com a associat, dedica molt temps a tasques d'assessorament, seguiment dels estudiants i atenció, i resolució de problemes vinculats a la titulació, tal com reconeixen els estudiants. En aquest sentit, tot el professorat ha de disposar obligatòriament d'almenys una hora setmanal per atendre els estudiants dins de les franges horàries en les quals s'imparteix el Grau.

Així doncs, malgrat tenir una plantilla amb poc professorat amb dedicació permanent, això no ha suposat mai cap problema, ni per la falta d'atenció a l'estudiant ni per deixar d'atendre les seves obligacions que, com a docent, fixa la direcció de l'Escola (ús de *Moodle*, puntualitat a l'hora de les qualificacions i revisions, coordinació entre professors de la mateixa assignatura, avaluació contínua...). Això és veu reflectit en els resultats de satisfacció dels estudiants amb la dedicació del professorat, la qual se situa al voltant d'una mitjana per damunt de 7,5 sobre 10, tenint en compte tots els grups en els que s'imparteix la titulació (amb dades del curs 2021-2022).

A part del professorat que imparteix docència en assignatures del Pla d'Estudis, una part del professorat del centre exerceix tasques de gestió i de suport al Grau. Es compta amb un coordinador per al Grau i, de manera compartida, els responsables d'Acció Tutorial, Mobilitat internacional i Emprenedoria del centre també donen suport als estudiants i professorat del grau. A banda, la cap d'estudis juntament amb la coordinadora són les responsables d'orientar als estudiants i de coordinar al professorat.

Respecte a la càrrega docent del professorat per a la supervisió dels TFG, aquesta queda recollida en el Conveni Col·lectiu de Tecnocampus. En el cas del grau en Màrqueting i Comunitats Digitals, el TFG té 14 ECTS i s'assignen a cada tutor/a 0,44 ECTS per a la seva supervisió i seguiment. A més, es realitzen dos tribunals de seguiment i avaluació del TFG (un a meitat de curs i un altre a final de curs) on s'assignen 0,14

crèdits als diferents membres dels tribunals per cada TFG presentat. Aquestes dades corroboren l'adequació de la càrrega docent del professorat per a la supervisió del TFG i donen resposta al requeriment d'AQU de l'Informe de Seguiment del grau en Màrqueting (acció **ESCSE-T.0127** del pla de millora), per la qual cosa es considera assolida aquesta acció i es tanca en el pla de millora.

Tot i així, es manté en procés i s'allarga fins al 31/12/2024 l'acció **ESCSE-T.0013** per tal de seguir treballant a nivell institucional en l'increment de professorat permanent al centre.

4.2.2. Satisfacció dels estudiants amb la dedicació del professorat

En finalitzar cada trimestre els estudiants poden valorar la seva satisfacció amb la docència rebuda a través d'una enquesta des de l'aplicació SIGMA-Enquestes. Aquest instrument també té el seu procés detallat en el SIGQ-ESCSET (Gestionar les enquestes de satisfacció amb la docència rebuda). També es disposa d'una aplicació mòbil (iOS i Android) i es dedica un temps a classe perquè els estudiants la puguin respondre.

La pregunta que valora específicament la tasca docent (amb una escala 0-10) és la següent:

El professor o professora ha complert adequadament les seves obligacions docents (pla docent, puntualitat, atenció a l'estudiant, etc.)

Els resultats obtinguts en aquesta pregunta i per trimestres i grups són els següents:

Taula 17. Satisfacció dels estudiants amb la dedicació del PDI

Curs 21/22	Trimestre	Mitjana	Participació
12 - 31 - Doble Titulació Grau en Administració d'Empreses i GI / Grau en Màrqueting i CD	1	7,85	28,0%
12 - 31 - Doble Titulació Grau en Administració d'Empreses i GI / Grau en Màrqueting i CD	2	7,75	36,6%
12 - 31 - Doble Titulació Grau en Administració d'Empreses i GI / Grau en Màrqueting i CD	3	7,54	30,1%
12 - 31 - Doble Titulació Grau en Administració d'Empreses i GI / Grau en Màrqueting i CD	GLOBAL	7,71	31,6%
5 - 33 - Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals	1	8,02	37,4%
5 - 33 - Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals	2	8,13	24,4%
5 - 33 - Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals	3	7,56	22,3%
5 - 33 - Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals	GLOBAL	7,91	28,0%

Els resultats mitjans de satisfacció dels estudiants del grau en Màrqueting amb la tasca de professorat es consideren adequats i en línia als obtinguts a la resta de titulacions del centre.

S'observa que, com cada any, les valoracions varien d'un trimestre a l'altre, assolint els valors més baixos, generalment, en el tercer trimestre. Les causes són d'una banda, el cansament i ganes d'acabar el curs dels estudiants i, d'un altra, la desmotivació d'aquells que han assolit mals resultats acadèmics en els dos trimestres anteriors.

A més també es disposa d'informació referent a la satisfacció amb les pràctiques i amb els tutors de TFG.

Respecte a les pràctiques, els resultats són els següents:

Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals

Taula 18. Satisfacció amb les pràctiques externes del grau en Màrqueting

	Curs 2020-2021	Curs 2021-2022
Satisfacció dels estudiants amb les pràctiques (escala 1-10)	8,28	8,29
Assoliment de les expectatives dels estudiants (escala 1-10)	7,4	7,7
Valoració global que fan les empreses (escala 1-10)	8,9	9,1

Font: Dades extretes de l'informe anual que realitza el responsable de pràctiques de l'ESCSET

Doble titulació en AdE i GI/Màrqueting i CD

Taula 19. Satisfacció amb les pràctiques externes doble tit. AdE/Màrqueting

	Curs 2020-2021	Curs 2021-2022
Satisfacció dels estudiants amb les pràctiques (escala 1-10)	9,04	9,02
Assoliment de les expectatives dels estudiants (escala 1-10)	8,9	9
Valoració global que fan les empreses (escala 1-10)	9,5	9,38

Font: Dades extretes de l'informe anual que realitza el responsable de pràctiques de l'ESCSET

Quant a les pràctiques externes, és destacable que tant la satisfacció dels estudiants, com l'assoliment de les seves expectatives i la valoració que fan les empreses no només es mantenen en nivells elevats (tots per sobre de 8 punts), sinó que han millorat en molts dels ítems respecte al curs anterior.

Per a la valoració de la satisfacció amb el tutor/a del TFG s'utilitza una enquesta que conté diferents ítems i que mostra els resultats següents:

Taula 20. Satisfacció amb el tutor de TFG (Màrqueting i doble tit. AdE/Màrqueting)

	Màrqueting	AdE/Màrqueting
Participació	58%	82%
1. Durant tot el curs ha estat fàcil posar-se en contacte amb el tutor/a.	8,3	8,4
2. El tutor/a m'ha ajudat a planificar el meu TFG (elaborar el cronograma per facilitar l'evolució i seguiment del treball).	8,1	7,2
3. El tutor/a m'ha dirigit metodològicament en el desenvolupament inicial del meu TFG (orientacions sobre recursos, recomanacions bibliogràfiques, formats dels lliuraments...).	8,2	7,3
4. El tutor/a m'ha recolzat a mesura que ha anat avançant el meu TFG (orientacions sobre canvis, referències, millores del projecte...).	8,2	7,9

Els valors de la satisfacció dels estudiants amb els tutors/es de TFG es consideren bons.

4.2.3. Professorat a temps complet vs estudiants a temps complet

Les taules següents mostren per a cada grup de la titulació el professorat equivalent a temps complet (PDI ETC), el nombre d'estudiants a temps complet (E ETC) i el rati que en resulta. Cal tenir en compte que un PDI ETC imparteix 30 ECTS/any i que 1 ECTS de PDI equival a 10 hores de docència. Pel que fa als estudiants, el nombre de crèdits anuals previstos en els Plans d'Estudis és de 60 en els Graus i una mitjana de 96 en les dobles titulacions.

Taula 21. Relació estudiants ETC per PDI ECT (Equivalent a temps complet) a Màrqueting

	Total hores de docència	PDI ECT	Total crèdits matriculats	E ETC	E ETC/PDI ETC
Curs 21/22	2.450	8,16	14.840	247,33	30,31
Curs 20/21	2.560	8,53	15.726	262,10	30,70
Curs 19/20	2.510	8,36	16.184	269,73	32,20
Curs 18/19	2.840	9,46	17.507	291,78	30,80
Curs 17/18	2.800	9,33	17.078	284,63	30,50
Curs 16/17	2.722	9,07	15.496	258,27	28,46

(*) 1 PDI ETC imparteix 30 ECTS/any. 1 ECTS de PDI equival a 10 hores de docència. S'inclouen les tutories de pràctiques.

(**) 1 estudiant ETC matricula 60 ECTS/any

(***) No s'inclouen les matrícules o assignatures anul·lades

Dades a 21/11/2022

Taula 22. Relació estudiants ETC per PDI ECT (Equivalent a temps complet) a AdE/Màrqueting

	Total hores de docència	PDI ECT	Total crèdits matriculats	E ETC	E ETC/PDI ETC
Curs 21/22	3.040	10,13	28.830	300,31	29,64
Curs 20/21	3.000	10	28.474	296,60	29,66
Curs 19/20	3.085	10,28	28.632	298,25	29,01
Curs 18/19	3.340	11,13	28.086	292,56	26,28
Curs 17/18	3.066	10,22	22.522	234,60	22,96
Curs 16/17	2.480	8,27	17.880	186,25	22,53

Dades a 21/11/2022

En els dos grups es manté, amb petites fluctuacions, la tendència dels últims anys quant al rati entre estudiants i professorat.

Després d'analitzar els indicadors i la informació referent a aquest subestàndard es considera que el professorat és suficient i disposa de la dedicació adequada per desenvolupar les seves funcions i atendre als estudiants amb plenes garanties

4.3. La institució ofereix suport i oportunitats per millorar la qualitat de l'activitat docent i investigadora del professorat

4.3.1. Suport a l'activitat docent

El professorat de l'ESCSET (i de TecnoCampus en general) disposa d'una sèrie de serveis dedicats a donar-los-hi suport en la seva tasca docent. Destaca el [Servei per a la Qualitat, Aprenentatge i Innovació \(SQAi\)](#), que té com a missió donar suport a la millora de la qualitat de la docència i la promoció de la innovació educativa. El servei s'organitza a partir de tres unitats operatives:

- Unitat de qualitat acadèmica
- Unitat de suport a l'aprenentatge
- Unitat d'innovació educativa

4.3.1.1. Unitat de qualitat acadèmica

L'objectiu de la Unitat de qualitat és garantir que se segueixi el cicle de la qualitat en totes les àrees d'activitat de l'Escola i donar suport en aquest procés. En aquest sentit, es vetlla perquè els processos de qualitat estiguin documentats i actualitzats.

Les funcions concretes de la unitat són:

- Donar suport a l'elaboració dels informes de seguiment
- Donar suport en els processos d'acreditació
- Coordinar les reunions de la Comissió de Qualitat de l'Escola
- Coordinar les enquestes de satisfacció dels estudiants amb la docència, juntament amb la cap d'estudis
- Planificar i coordinar les enquestes als diferents grups d'interès
- Coordinar la revisió del Sistema de Garantia Interna de Qualitat de l'Escola
- Recollir i publicar els indicadors de les titulacions que han de ser públics a la web
- Supervisar el funcionament del sistema de suggeriments i consultes (web)
- Mantenir actualitzar el Sistema d'Informació a la Direcció (SID) de la Intranet

Des de la unitat de qualitat acadèmica es gestiona l'avaluació de la docència del professorat mitjançant el manual DOCENTIA aprovat per la UPF.

4.3.1.2. Unitat de suport a l'aprenentatge

L'objectiu de la Unitat de suport a l'aprenentatge és donar suport als docents de TecnoCampus en totes les tasques relacionades amb la docència al TecnoCampus, des de la gestió a la tasca docent.

La unitat focalitza els esforços en les plataformes digitals relacionades amb aquestes tasques, entre les quals destaquen:

- Aules Virtuals del TecnoCampus
- eCampus
- Gestió de plans docents
- Gestió de currículum del professorat
- Repositori digital del TecnoCampus
- Gestió d'horaris i espais

Cada curs es publica des de la unitat la "Guia per al PDI" amb tota la informació sobre el funcionament del centre.

D'altra banda, més enllà de les tasques de suport, la Unitat de Suport a l'Aprenentatge té com a objectiu la millora continuada d'aquestes plataformes, adaptant-les a les necessitats dels usuaris (professorat i alumnat), les necessitats pedagògiques i les tendències en educació.

D'aquesta manera es dona resposta a les accions **ESCSET-0110** i **ESCSET-0029** del Pla de Millora que es consideren parcialment assolides perquè s'està treballant per a arribar a assolir la digitalització del centre.

4.3.1.3. Unitat d'innovació educativa

Aquesta unitat té com a eixos principals de treball:

A. Formació i assessorament al professorat

Acollida del professorat: Per a l'ESCSET és important que el professor que participa per primera vegada en una de les titulacions se senti part d'un projecte compartit, que traspasa l'àmbit de la seva o seves assignatures. En aquest sentit, la direcció, cap d'estudis i coordinadors s'encarreguen de

contextualitzar la institució, l'Escola i el títol i li donen informació sobre el perfil de l'estudiant que s'està formant i les particularitats dels plans d'estudi. L'SQAI intervé a continuació per facilitar el suport i les eines que el professor té a la seva disposició al TecnoCampus, tant per a la planificació de l'assignatura, la seva implementació i avaluació. El nou professor/a és convidat a sessions d'acollida conjuntes amb altres professors de nova incorporació en les quals es donen les bases perquè puguin treballar en els seus plans docents i perquè puguin estructurar i preparar les seves aules en línia Aula Virtual, com a centre d'operacions per a la informació, comunicació i avaluació de les seves assignatures.

L'Escola organitza cada curs, una Jornada de benvinguda del nou curs, en la qual es convoca a tot el professorat, es donen indicacions i informacions sobre el nou curs i es treballa en estratègies específiques que l'Escola vol potenciar (coordinació d'assignatures, treball per competències).

Des del curs 2019-2020, el nou professorat té un espai a l'Aula Virtual per fer formació online sobre aspectes bàsics del disseny d'assignatures al TecnoCampus, on es poden trobar diverses guies amb directrius, recomanacions i exemples a tenir en compte per a la preparació de la docència.

Formació contínua. Ajuntant els esforços dels serveis Recursos Humans i SQAI, s'elabora anualment un programa de formació per al professorat. Si bé la proposta de formació permanent inclou aspectes relacionats amb la investigació i els idiomes, SQAI se centra en la formació relacionada amb la millora de les competències docents prenent de referent l'estudi del grup interuniversitari Gifd: Competència interpersonal, metodològica, de planificació, de comunicació, treball en equip i d'innovació i s'ha incorporat la competència digital. La formació es diferencia entre sessions operatives, abans de cada inici de trimestre, per assegurar un començament de qualitat i sessions en les quals es pretén promocionar innovacions incrementals en el plantejament de les assignatures.

Tota la informació sobre la formació interna es pot consultar a la Intranet del TecnoCampus, a la qual s'accedeix amb contrasenya.

Formacions específiques segons necessitats de l'Escola: Entenent el pla de formació contínua del professorat com un pla viu, que s'ha d'adaptar a les necessitats de les escoles, s'inclouen en la seva programació accions de formació concretes per al professorat d'una titulació o escola. En aquest sentit, es proposen cada trimestre formacions específiques a les necessitats de cada moment.

Protocol de seguiment del professorat: En els casos en què un/a professor/a o un coordinador/a d'estudis valori que hi ha elements susceptibles de millora, a partir dels resultats de les enquestes de satisfacció dels estudiants, o millores que es concretin, la unitat treballa amb un protocol de suport per acompanyar a aquests professors en el seu procés de millora. Veure el protocol en el següent enllaç.

B. Promoció de la innovació educativa

L'ESCSET i SQAI treballen conjuntament per impulsar estratègies de millora contínua a les titulacions, a partir de la detecció de necessitats i estratègia de l'equip directiu de l'Escola. Tant la jornada de benvinguda del curs, com la convocatòria de suport a projectes d'innovació educativa com la formació del professorat, s'interrelacionen per treballar en relació a aquesta estratègia.

Un element important en l'estratègia de promoció és la **convocatòria de suport a projectes d'innovació educativa** que inclou a les tres escoles del TecnoCampus (veure informació a la [web de](#)

[SQAI](#). A les evidències del punt 4.3.2 s'adjunta la Convocatòria de Projectes d'innovació docent 2020-21 i la seva resolució. Tots els projectes aprovats són multidisciplinars.

Cal destacar la participació del professorat en manifestacions congressuals sobre Innovació Docent, com ara la participació en les trobades del CIDUI (Congrés Internacional de Docència Universitària: Innovació).

SQAI treballa en el **bloc d'aprenentatge**, un espai *online* on el professorat publica bones pràctiques o experiències relacionades amb el seu dia a dia a l'aula, de manera que serveix de referència o inspiració a la resta de professorat: <http://aprenentatge.tecnocampus.cat/>

A la Intranet de la institució, també s'actualitza **informació sobre iniciatives relacionades amb la innovació educativa**, a través d'informes o de convocatòries a actes diversos, que es realitzen i proposen des d'altres institucions, de manera que el professorat tingui un espai de referència on informar-se.

Amb la suma de professorat de l'ESCSET i l'SQAI, destaca també l'elaboració dels **MOOC** i el seu manteniment i suport als professors que en fan la dinamització. Ens vam plantejar els MOOC com a una estratègia innovadora d'aprenentatge, ja que l'ESCSET va fer un dels dos primers MOOC a la UPF, *Innotools: transforma tu idea de negoci en una proposta de valor única* que va celebrar la seva cinquena edició. Des de l'abril de 2020 s'imparteix el [MOOC Innotools 2.0. sobre emprendedoría](#).

Els **espais d'aprenentatge** són un altre element important, en l'estratègia de promoció de la innovació. Es disposa de l'espai *BusinessLab*, que ens permet promoure sessions de classe dinàmiques i participatives i es participa en les propostes que es fan al servei d'infraestructures, quan ha de dissenyar nous espais aula, o replantejar espais de treball per al professorat.

4.3.2. Suport a l'activitat investigadora

El professorat de l'ESCSET gaudeix des dels inicis del centre d'ajuts per al desenvolupament de la Recerca que van destinats, fonamentalment, als conceptes següents:

- Despeses d'inscripció en activitats congressuals, així com despeses d'allotjament i manutenció generades durant els mateixos, sempre que s'hi presenti una comunicació oral
- Despeses per a organització de congressos i jornades científiques al Tecnocampus, tant directes com indirectes
- Despeses per a la traducció o revisió lingüística d'articles científics originals i destinats a la seva publicació efectiva en revista indexada
- Inversions en equipaments destinats a la recerca
- Despeses de publicació i edició de treballs i difusió dels resultats de la recerca

El Tecnocampus disposa de la [Unitat de Recerca](#) des d'on es gestionen totes les accions de Recerca de les diferents escoles.

Una de les finalitats de Tecnocampus és desenvolupar recerca, entesa com **l'activitat acadèmica centrada en la generació de coneixement amb especial èmfasi en la transferència de coneixement cap a l'empresa i la societat**, actuant com agent facilitador de la innovació i de suport a la competitivitat empresarial, juntament amb altres agents de R+D+i del territori, amb els quals es col·laborarà activament per centrar sinèrgies i complementaritats que projectin el territori i amb ell el progrés dels ciutadans.

Així mateix el Pla estratègic del TecnoCampus 2022 destaca la recerca com una línia d'actuació prioritària, establint com a objectiu desenvolupar un model de recerca aplicada propi i ho continuarà sent en el nou Pla estratègic que s'està definint a l'actualitat.

La unitat bàsica de la recerca de Tecnocampus són els Grups de Recerca (GR-Tecnocampus). Els GR-Tecnocampus són figures organitzatives creades a iniciativa de col·lectius de PDI dels seus centres universitaris per tal de potenciar la seva activitat científica mitjançant la col·laboració entre els seus membres, la projecció externa conjunta per assolir una major visibilitat, l'obtenció de recursos per a la recerca i el desenvolupament de les relacions amb altres col·legues i organitzacions.

En el cas de l'ESCSET, [el grup de recerca GRAEFES](#), del qual és membre tot el professorat permanent del centre i algun professorat associat, aglutina la recerca de l'ESCSET d'economia, empresa i empenedoria, turisme, màrqueting i, en general, entorn econòmic i social des d'un punt de vista aplicat. A la web del grup de recerca es pot consultar la informació referent als indicadors de recerca relacionats amb els articles publicats pel professorat en revistes indexades i la seva participació en projectes competitiu i projectes de transferència.

Aquestes accions estan en línia al requeriment fet a la valoració del seguiment del grau en Màrqueting i CD de 2021 que estableix que el centre ha de vetllar per la qualitat de l'activitat investigadora del professorat i l'ha de comunicar millor.

4.3.3. Satisfacció del professorat

La taula següent mostra els resultats de l'enquesta de satisfacció del PDI sobre diversos aspectes que afecten la seva tasca ordinària, tant en docència i en recerca, com respecte dels serveis de suport (en una escala de 0 a 10).

Taula 23. Satisfacció del PDI

	Global TCM	PDI que imparteix més de 20 ECTS a l'ESCSET	PDI que imparteix entre 10 i 20 ECTS a l'ESCSET	PDI que imparteix menys de 10 ECTS a l'ESCSET
<i>Participació</i>	40,3%	70%	38,9%	16,1%
... el servei de Biblioteca/CRAI com a servei que ha cobert les meves necessitats com a professor/a	7,1	6,4	9,2	7,3
... el suport que rebo del Servei per a la Qualitat, Aprenentatge i Innovació (SQAI) en la meua activitat (planificació d'assignatures, aula virtual,...)	7,5	7,3	9	9
... la resposta que el servei de Gestió Acadèmica ha donat a les meves necessitats quan l'he requerit	8,4	8,2	9,2	9,4
... l'encaix de les propostes de formació que m'ofereix TecnoCampus amb les meves necessitats	7,0	7,5	7,4	7,7
... el servei de relacions internacionals com a servei per a informar-me i gestionar el meu interès en la impartició de docència a una entitat d'educació superior en un altre país	6,3	7,1	8,2	8,5
... les oportunitats i recursos disponibles per fer recerca	5,0	5,6	7,3	6

Font: Enquesta anual de satisfacció del PDI de TecnoCampus curs 2021/2022. S'aporten les dades de TecnoCampus atés que es tracta de serveis transversals al professorat i les dades específiques de l'ESCSET

Cal destacar l'elevada puntuació dels serveis de suport a la docència per part del professorat de l'ESCSET donats per part del Servei per a la Qualitat, Aprenentatge i Innovació (SQAI) i la puntuació sobre l'encaix de les propostes de formació, que en la gran majoria d'ofereixen des d'aquest servei.

També es destacable la millora en la puntuació que es dona quant a oportunitats i recursos disponibles per fer recerca al Tecnocampus respecte a cursos anteriors, on destaca l'ESCSET per damunt de la mitjana. No obstant això, la puntuació encara es considera baixa i per això es manté l'acció de millora **ESCSE-T.0123** per continuar treballant amb la Direcció General de TecnoCampus per augmentar el suport a la investigació.

Per la seva banda, tot i que la valoració que fa el professorat sobre el servei de Relacions Internacionals com a servei per informar-se i gestionar les estades a l'estranger és bona, el nombre de professorat del centre que fa estades és baix. De fet no hi va haver cap mobilitat de professorat durant el curs 2021-2022. Cal dir que les estades a universitats estrangeres són difícils de promoure sense vincles previs. A més, el fet de ser programes de docència i no d'investigació complica buscar professorat interessat, especialment professorat permanent. I per últim, també ho complica el fet de què no s'ofereixin places fixes (com en el cas dels estudiants), sino que es depèn de programes a mida que no sempre són d'interès per al professorat.

Des de la unitat de Relacions Internacionals de l'ESCSET es continua treballant per buscar universitats que puguin ser atractives per al professorat per fer estades. Així mateix, per facilitar la mobilitat del professorat també s'intenta deixar un trimestre lliure sense docència quan es fa l'assignació docent del curs.

Es manté l'acció de millora **ESCSE-T.0028** per continuar treballant per impulsar estades internacionals del professorat.

Globalment, creiem que la institució ofereix suport i oportunitats per millorar la qualitat de l'activitat docent i investigadora del professorat.

Estàndard 5: Eficàcia dels sistemes de suport a l'aprenentatge

Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals

5.1. Els serveis d'orientació acadèmica suporten adequadament el procés d'aprenentatge i els d'orientació professional faciliten la incorporació al mercat laboral

A continuació es presenten els resultats de l'enquesta que es passa als estudiants durant el mes de maig de cada any per conèixer la seva satisfacció amb els serveis, les infraestructures i equipaments i altres aspectes que afecten la seva vida universitària. L'enquesta consta de 33 preguntes de diversa índole i en aquest apartat considerarem només les que fan referència als ítems que es demanen en aquest estàndard.

Taula 24. Satisfacció estudiants amb orientació acadèmica i professional (escala de 0 a 10)

Estic satisfet amb	Màrqueting	AdE/Màrqueting
Biblioteca/CRAI: atenció personal	8,3	8,2
Acció tutorial	6,6	6,8
Punt d'Informació a l'Estudiant (PIE): claredat i utilitat de la informació rebuda	7,0	7,2
Gestió Acadèmica: gestió i resolució dels tràmits	7,1	6,9
Atenció d'incidències en els serveis (helpdesk): servei rebut	6,8	6,6
Suport a l'adquisició de la competència en la tercera llengua: informació, diagnosi, cursos, certificats.	7,6	7,8
Mobilitat internacional: informació rebuda i suport durant el procés per part de Gestió Acadèmica, Serveis Campus i l'Escola	6,7	7,0
Carreres professionals: gestió de les pràctiques externes	6,1	7,4
Carreres professionals: activitats d'inserció professional (programa <i>skills</i> , fòrum del talent...)	7,7	7,2

Font: Enquesta anual de satisfacció dels estudiants amb els serveis curs 2021/2022. Error mostral: 10,8% (Màrqueting) / 8,7% (AdE/Màrqueting).

La majoria de serveis analitzats són generals per a tot TecnoCampus i les valoracions que fan els estudiants de Màrqueting i CD respecte als serveis generals d'orientació acadèmica i professional són bons i estan en línia amb la resta de titulacions del TecnoCampus.

Pel que fa, més específicament, a l'aplicació del Pla d'Acció Tutorial (PAT) de l'ESCSET, aquest es troba totalment implantat tal com consta en el procés EMP3.1 Gestionar l'acció tutorial dels estudiants del SGIQ. Quant a la valoració del PAT per part dels estudiants, tot i que ha millorat respecte a cursos anteriors, es considera baixa, atesa la importància que l'escola dóna a aquest servei. Després d'analitzar-ne les causes amb el tutor acadèmic de l'escola, es considera que els resultats de les enquestes de valoració de la labor de la tutoria acadèmica no reflecteixen la realitat sobre les accions portades a terme des de la tutoria acadèmica o sobre l'opinió que els estudiants tenen sobre aquest servei. Des del curs 2019-2020 aquesta valoració es fa únicament a través d'una pregunta en l'enquesta general de serveis del TecnoCampus. Pensem que per tal de conèixer l'autèntic nivell de satisfacció amb la Tutoria s'hauria

de demanar una valoració propera en el temps a l'accés al servei per part dels i de les estudiants que realment utilitzen aquest servei. S'hi està treballant i per això es manté en procés l'acció **ESCSE-T.0132** per tal de registrar de forma més realista l'acció tutorial del centre per tal de posar-la més en valor.

Respecte a la mobilitat internacional, la taula següent mostra el percentatge de graduats/des que han realitzat estades de mobilitat.

Taula 25. Percentatge de graduats que han realitzat estades de mobilitat

	18/19	19/20	20/21	21/22
Grau en Màrqueting i CD	9,09%	14,93%	10,00%	23,64%
Doble titulació AdE/Màrqueting	37,50%	33,33%	18,18%	21,82%

Respecte a la mobilitat internacional a l'ESCSET és destacable la pujada d'estudiants que varen realitzar estades de mobilitat el durant curs 2021-2022.

Segons les dades que disposa el centre a nivell global, van marxar d'Erasmus 70 estudiants, 10 en convenis bilaterals i 4 en pràctiques internacionals amb un total de 84 mobilitats en total durant el curs 2021-22 i d'aquests, 10 eren del grau en Màrqueting, 22 de la doble titulació d'AdE/Màrqueting.

Durant el curs 2021-22 el nombre de convenis que va establir el centre varen ser 2 en 2 països, respectivament para arribar a un gran total 122 universitats en 34 països. Encara que l'oferta sempre presenta vacants, hi ha certes destinacions favorites que tenen sempre excés de demanda i per tant molts alumnes no fan mobilitat per no ser assignats a aquesta preferència. Això té difícil solució ja que s'ha intentant incrementar el nombre de places amb certes universitats o noves universitats en països d'alta demanda sense èxit.

Per tal d'incentivar més les estades i en línia a l'aplicació del pla de millora segons l'acció ESCSE T-0035 es varen aprovar mesures destinades a facilitar la mobilitat internacional dels alumnes, tals com:

- Que puguin demanar progressions d'estudis per augmentar el nom d'assignatures a convalidar
- S'han creat paquets d'assignatures perquè la coincidència de continguts sigui major
- Es va fer un canvi en el pla d'estudis per al curs 2020-21 on es varen traslladar assignatures optatives al primer trimestre ja que l'oferta en universitats estrangeres és major en aquest moment.

Aquesta acció es considera parcialment assolida perquè cal seguir treballant per la internacionalització dels ensenyaments, especialment pel que fa a augmentar la mobilitat del professorat.

En conclusió, analitzant la satisfacció dels estudiants amb els serveis d'orientació acadèmica i professional, creiem que aquests donen suport de forma adequada al procés d'aprenentatge i orientació professional dels estudiants.

5.2. Els recursos materials disponibles són adequats al nombre d'estudiants i a les característiques de la titulació

Per tal de valorar la satisfacció dels usuaris amb els recursos materials del centre es presenten els resultats obtinguts a partir de dues enquestes:

- Enquesta de satisfacció dels estudiants amb els serveis
- Enquesta de satisfacció del PDI amb la qualitat dels recursos materials

Taula 26. Satisfacció dels estudiants de Màrqueting amb els serveis (valorats en una escala de 0 a 10)

Curs 2021-2022	Màrqueting	AdE/Màrqueting
<i>Participació</i>	23%	29%
Satisfacció amb		
... Biblioteca/CRAI: Adaptació dels recursos disponibles a les meves necessitats	8,1	8,1
... adequació de les aules	7,5	7,7
... adequació dels laboratoris d'ordinadors	6,5	7,3
... adequació dels espais específics de les titulacions	8,1	7,7
... facilitat per fer lliure accés als teus laboratoris	6,3	7,3
... xarxa <i>Wi-Fi</i>	6	6

En general les valoracions dels estudiants de Màrqueting sobre els recursos materials del centre són bones. Tots els ítems tenen una satisfacció superior a 7. Destaquem la puntuació dels recursos de la Biblioteca i l'adequació de les aules.

Taula 27. Satisfacció del PDI amb la qualitat dels recursos materials (escala de 0 a 10)

Curs 2020-2021 - ESCSET	PDI que imparteix més de 20 ECTS	PDI que imparteix entre 10 i 20 ECTS	PDI que imparteix menys de 10 ECTS
<i>Participació</i>	70%	38,9%	16,1%
Satisfacció amb			
... les condicions físiques dels espais en els que duc a terme les activitats docents	8,2	8,8	8,7
... les infraestructures i el manteniment (<i>Wi-Fi</i>), aules informàtiques, equipament de les aules)	7,7	8,8	8,8
... les eines digitals per gestionar la tasca docent (aules <i>Moodle</i> o aula virtual, <i>software</i> específic, SIGMA i/o PRISMA)	8,1	8,6	8,4

En referència al professorat, la satisfacció amb les infraestructures del centre és força elevada.

Globalment, creiem que el centre compta amb recursos materials suficients i adients per cobrir les necessitats educatives del centre.

Estàndard 6: Qualitat dels resultats dels programes formatius

Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals

6.1. Els resultats d'aprenentatge assolits es corresponen amb els objectius formatius pretesos i amb el nivell del MECES de la titulació

Per tal d'avaluar l'assoliment dels resultats d'aprenentatge d'acord amb els objectius de la titulació, prendrem de referència els resultats de les enquestes que es passen a estudiants graduats i graduades pel que fa a la seva satisfacció envers diversos aspectes relacionats amb la formació rebuda.

Taula 28. Evolutiu de la satisfacció dels graduats del grau en Màrqueting

	18/19	19/20	20/21	21/22
<i>Participació</i>	55%	42%	84%	59%
Satisfacció de les expectatives amb els estudis (0 a 10)	6,3	6,2	5,5	6,2
Autovaloració dels graduats al respecte del grau d'assoliment de les competències bàsiques i transversals del Grau	7,4	7,6	7,4	7,8
Taxa d'intenció de repetir estudis (percentatge d'estudiants que tornarien a escollir els mateixos estudis)	80%	66%	57%	72%

Font: Enquesta de satisfacció dels estudiants graduats durant el curs acadèmic, realitzada en el moment en què sol·liciten l'expedició del títol.

Com es veu en la taula anterior, les expectatives dels graduats i graduades del Màrqueting i CD es manté en un nivell de satisfacció en torn al 6,2 en el curs 2021-22, en un nivell similar al d'anys anteriors a la pandèmia.

És destacable l'increment en l'autovaluació dels graduats al respecte del grau d'assoliment de les competències bàsiques i transversals del Grau amb una valoració de 7,8. Així mateix, el percentatge d'enquestats que repetiria els mateixos estudis es va recuperar en el curs 2021-22, amb un 72% enfront del 57% del curs 2020-21.

Amb la finalitat de millora contínua d'aquests indicadors, s'estan executant cada curs accions relacionades, d'una banda, amb una clara comunicació dels objectius i continguts del grau als aspirants a ingressar al mateix com, d'altra banda, en la millora continua de la qualitat i la garantia que la impartició d'aquests continguts està en línia amb els objectius i resultats d'aprenentatge traçats per la memòria del grau.

Quant a la comunicació dels continguts del grau, durant les Sessions Informatives de Grau a futurs estudiants, així com en les Jornades de Portes Obertes i les entrevistes personals amb els aspirants, des de la coordinació s'ha preparat una presentació que indica les matèries del grau, en quina mesura es desenvolupa cadascuna en el pla d'estudis, quines són les especificitats de la titulació quant a la demanda de coneixements previs (als aspirants sol preocupar la càrrega d'assignatures quantitatives, per exemple) i la forma en què s'imparteix la docència, i alguna informació sobre les expectatives laborals de la titulació. És important rebre aquesta informació abans de la decisió de matricular-se per a ajustar les expectatives a la realitat del grau.

D'altra banda, respecte a la qualitat, es treballa contínuament per a garantir l'adequació dels plans docents als objectius de la titulació, per la qual cosa cada inici i final de curs es realitzen reunions per a informar els docents sobre l'organització del grau i els resultats generals de les avaluacions docents, així com dels resultats de les enquestes de satisfacció a graduats, i si és el cas se'ls sol·licita ajustos als plans docents amb base en aquests resultats.

Creiem que els resultats d'aprenentatge assolits es corresponen amb els objectius formatius pretesos i amb el nivell del MECES de la titulació.

6.2. Les activitats formatives, la metodologia docent i el sistema d'avaluació són adequats i pertinents per garantir l'assoliment dels resultats d'aprenentatge previstos

En la taula següent es reporta el resultat per assignatura de les enquestes d'avaluació docent del curs 2021-22, en particular la valoració de l'afirmació "Estic satisfet/a amb la docència rebuda" en una escala d'1 a 10, en la qual es distingeixen les assignatures del grau en Màrqueting i Comunitats Digitals, i les assignatures corresponents al grau en Màrqueting de la doble titulació Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació i Màrqueting i Comunitats Digitals. Les dades provenen de les enquestes que es realitzen *online* durant les dues darreres setmanes de cada trimestre.

Taula 29. Satisfacció dels estudiants amb la docència

Grau	Assignatura *	Satisfacció global	Participació
AdE/Màrqueting	120110 - Eines TIC per a treballar en la xarxa	9,03	58,21%
AdE/Màrqueting	120112 - Administració d'empreses	5,36	66,18%
AdE/Màrqueting	120120 - Fonaments d'economia	7,85	40,00%
AdE/Màrqueting	120122 - Introducció al disseny gràfic	8,23	37,68%
AdE/Màrqueting	120123 - Fonaments de matemàtiques per a l'empresa	7,58	56,52%
AdE/Màrqueting	120123 - Fonaments de matemàtiques per a l'empresa	6,76	42,03%
AdE/Màrqueting	120132 - Emprenedoria	5,16	28,36%
AdE/Màrqueting	120134 - Dret empresarial	8,12	36,62%
AdE/Màrqueting	120134 - Dret empresarial	8,20	21,13%
AdE/Màrqueting	120210 - Disseny de producte i gestió de marca	5,88	27,87%
AdE/Màrqueting	120211 - Introducció a la comptabilitat	9,25	21,43%
AdE/Màrqueting	120220 - Gestió de plataformes digitals	9,31	27,12%
AdE/Màrqueting	120221 - Definició de preu i proposta de valor	7,77	22,58%
AdE/Màrqueting	120224 - L'organització empresarial: teoria i perspectives	5,64	24,19%
AdE/Màrqueting	120230 - Investigació de mercats	2,85	56,90%
AdE/Màrqueting	120232 - Mètriques aplicades al Màrqueting	9,00	14,29%
AdE/Màrqueting	120234 - Distribució, logística i relació amb els canals	4,85	45,61%
AdE/Màrqueting	120235 - Estratègies de Publicitat i Promoció	9,29	50,91%
AdE/Màrqueting	120310 - Gestió de la propietat Intel·lectual	8,20	9,09%
AdE/Màrqueting	120311 - Posicionament a internet	3,14	12,50%
AdE/Màrqueting	120312 - Creativitat i innovació	3,75	7,41%
AdE/Màrqueting	120313 - Anàlisi del entorn macroeconòmic	9,80	9,09%
AdE/Màrqueting	120320 - Patrons internacionals innovadors: teoria i tendències	7,30	33,33%
AdE/Màrqueting	120321 - Màrqueting de continguts	8,50	29,09%
AdE/Màrqueting	120322 - Comptabilitat financera	6,90	35,00%

Grau	Assignatura *	Satisfacció global	Participació
AdE/Màrqueting	120323 - Estratègia i gestió de vendes	6,19	30,77%
AdE/Màrqueting	120330 - Tècniques quantitatives per a la gestió financera	8,28	43,00%
AdE/Màrqueting	120331 - Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials	6,75	30,36%
AdE/Màrqueting	120332 - Gestió de la producció i les operacions	6,94	30,51%
AdE/Màrqueting	120333 - El Pla de Màrqueting	8,21	26,92%
AdE/Màrqueting	120410 - Xarxes socials	2,20	13,64%
AdE/Màrqueting	120412 - Reputació on-line i identitat digital	9,88	18,60%
AdE/Màrqueting	120413 - Inversió i finançament a curt termini	9,25	18,60%
AdE/Màrqueting	120415 - Comptabilitat de costos	5,38	18,18%
AdE/Màrqueting	120420 - Direcció financera	5,61	42,55%
AdE/Màrqueting	120421 - Analítica de xarxes	8,41	36,96%
AdE/Màrqueting	120422 - Innovació estratègica	9,42	41,30%
AdE/Màrqueting	120423 - Disseny i execució d'una campanya de Màrqueting	9,56	35,42%
AdE/Màrqueting	120430 - Anàlisi i seguiment de la gestió: Noves tendències	9,00	13,73%
AdE/Màrqueting	120431 - Mitjans digitals i audiències	3,22	18,00%
AdE/Màrqueting	120432 - Fiscalitat de l'empresa	10,00	18,00%
AdE/Màrqueting	120433 - Innovació i desenvolupament en una economia global	6,50	14,29%
AdE/Màrqueting	121130 - Direcció comercial	8,81	29,63%
AdE/Màrqueting	121133 - Comportament del consumidor	4,72	32,14%
AdE/Màrqueting	121137 - Metodologia de la investigació	4,29	20,59%
AdE/Màrqueting	121213 - Fonaments d'estadística	9,17	17,61%
AdE/Màrqueting	121222 - Relacions interpersonals a l'empresa	8,17	42,11%
AdE/Màrqueting	121232 - Mètriques aplicades al Màrqueting	5,90	27,27%
Màrqueting	500110 - Administració d'empreses	8,59	66,67%
Màrqueting	500111 - Eines TIC per treballar en xarxa	8,71	75,68%
Màrqueting	500121 - Matemàtiques aplicades al Màrqueting	6,64	24,00%
Màrqueting	500122 - Introducció al disseny gràfic	7,35	26,67%
Màrqueting	500130 - Fonaments de Màrqueting	1,25	11,11%
Màrqueting	500133 - Mètriques aplicades al Màrqueting	8,00	28,57%
Màrqueting	500210 - Disseny de producte i gestió de marca	6,24	46,58%
Màrqueting	500212 - Posicionament en Internet	7,91	35,48%
Màrqueting	500213 - Gestió de la propietat Intel·lectual	10,00	50,00%
Màrqueting	500220 - Màrqueting de continguts	8,73	25,00%
Màrqueting	500221 - Definició de preu i proposta de valor	6,50	25,00%
Màrqueting	500230 - Distribució, logística i relació amb els canals	5,38	32,00%
Màrqueting	500231 - Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials	6,15	60,71%
Màrqueting	500232 - Estratègies de Publicitat i Promoció	8,85	38,46%
Màrqueting	500233 - Innovació i desenvolupament en una economia global	7,53	29,31%
Màrqueting	500310 - El pla de Màrqueting	7,00	29,63%
Màrqueting	500311 - Xarxes socials	7,05	32,79%
Màrqueting	500312 - Gestió financera pel Màrqueting	7,19	28,57%
Màrqueting	500313 - Reputació online i identitat digital	8,29	33,33%
Màrqueting	500320 - Disseny i execució d'una campanya de Màrqueting	9,60	25,86%
Màrqueting	500321 - Fonaments d'economia	8,03	24,19%
Màrqueting	500322 - Estratègia i gestió de vendes	6,36	22,95%
Màrqueting	500330 - Màrqueting Institucional	7,14	32,31%
Màrqueting	500331 - Mitjans digitals i audiències	8,00	31,82%
Màrqueting	500332 - Creació d'empreses innovadores	4,84	42,50%
Màrqueting	500410 - Implicacions econòmiques i socials a les XXSS	7,57	20,83%
Màrqueting	500411 - Elaboració de Projectes	5,45	45,10%

Grau	Assignatura *	Satisfacció global	Participació
Màrqueting	500412 - Anàlisi de xarxes	9,14	57,14%
Màrqueting	500420 - Màrqueting social i d'esdeveniments	2,32	40,00%
Màrqueting	500421 - Noves tendències d'administració empresarial	9,31	26,00%
Màrqueting	5011 - Mètriques aplicades al Màrqueting	--	0,00%
Màrqueting	501112 - Fonaments d'estadística	8,00	7,47%
Màrqueting	501120 - Gestió de plataformes digitals	9,17	7,23%
Màrqueting	501130 - Metodologia de la investigació	5,25	5,26%
Màrqueting	501131 - Relacions interpersonals a l'empresa	9,14	38,67%
Màrqueting	501132 - Comportament del consumidor	7,92	50,00%
Màrqueting	501133 - Mètriques aplicades al Màrqueting	5,00	31,48%
Màrqueting	501211 - Investigació de mercats	5,83	34,29%
Màrqueting	501222 - Introducció a la Comptabilitat	5,37	35,85%
Màrqueting	5017 - Definició de preu i proposta de valor	--	0,00%
Màrqueting	5019 - Màrqueting social i d'esdeveniments	2,59	53,70%
Màrqueting	5029 - Disseny i execució d'una campanya de màrqueting	--	0,00%
Màrqueting	5030 - Estratègia i gestió de vendes	--	0,00%
Màrqueting	5031 - Màrqueting Institucional	7,44	27,59%
Màrqueting	5032 - Mitjans digitals i audiències	9,00	28,57%
Màrqueting	5033 - Emprenedoria i gestió d'equips	--	0,00%
Màrqueting	5034 - Implicacions econòmiques i socials en les xarxes socials	8,00	11,67%
Màrqueting	5035 - Elaboració de projectes	1,00	14,29%
Màrqueting	5049 - Llengua estrangera I	8,35	50,96%
Màrqueting	5049 - Llengua estrangera I	8,33	29,52%
Màrqueting	5049 - Llengua estrangera I	8,29	16,04%
Màrqueting	5050 - Llengua estrangera II	8,67	26,09%
Màrqueting	5050 - Llengua estrangera II	8,24	25,00%
Màrqueting	5050 - Llengua estrangera II	9,04	40,00%
Màrqueting	5060 - Iniciació al Neuromàrqueting i a la Neuroeconomia	9,73	61,11%
Màrqueting	5062 - Màrqueting sensorial	10,00	35,29%
Màrqueting	5063 - Disseny Gràfic	10,00	17,86%
Màrqueting	5064 - Retail Màrqueting	7,72	42,37%
Màrqueting	5065 - Branded Content	9,17	15,00%
Màrqueting	5066 - SoLoMo	9,20	45,45%
Màrqueting	5067 - Certificació Google Analytics	10,00	11,11%

**En el cas de la doble titulació es mostren totes les assignatures però només s'analitzen les assignatures de Màrqueting*

En general, tant al grau com a la doble titulació, les assignatures amb les valoracions més altes es corresponen principalment a assignatures relacionades més directament amb el màrqueting digital i/o solen ser de tall més aplicat (com ara Màrqueting Sensorial, Google Analytics, Gestió de la Propietat Intel·lectual, Disseny Gràfic, Gestió de Plataformes Digitals, Branded Content, Disseny i execució d'una campanya de Màrqueting, entre altres). És important destacar en aquest grup el cas d'Anàlisi de Xarxes, en la qual hi ha hagut una millora substancial ja que, sent una assignatura de tall més quantitatiu, tradicionalment havia tingut molt baixes valoracions. Això ha estat el resultat de la incorporació d'un nou docent que, conservant els continguts teòrics de l'assignatura, ha integrat l'ús d'un programari més accessible per als estudiants i noves metodologies docents.

Si ens restringim només a les assignatures del grau de Màrqueting i Comunitats Digitals (56), el nivell de satisfacció mitjana és de 7,4 i el 35% de les assignatures reben una qualificació per sobre de 9 i el 65% entre 7 i 9. Per altra banda, va haver-hi quatre assignatures amb valoracions per sota de 5,0. En el cas de Màrqueting Social i d'Esdeveniments (que apareix amb doble codi pel canvi del pla d'estudis), es tracta

d'una assignatura per a estudiants d'últim curs que van mostrar la seva disconformitat amb la càrrega de treball que els va suposar aquesta assignatura en el moment en el qual es trobaven realitzant pràctiques, el TFG i la majoria, treballant. En el cas de Elaboració de Projectes, també d'últim curs, la valoració correspon a un percentatge molt molt baix d'estudiants. En els altres dos casos, Creació d'empreses innovadors i Fonaments de Màrqueting, la font d'insatisfacció més comuna expressada pels estudiants es relaciona amb metodologies docents poc participatives i dinàmiques.

Si s'enfoca l'atenció només en les assignatures de la doble titulació AdE-Màrqueting, el nivell de satisfacció mitjana de les 23 assignatures corresponents al grau en Màrqueting és de 7. Es destaca com a positiu que la majoria de les assignatures van tenir una valoració per sobre de 7,0 i van ser qualificades amb un excel·lent un 30% de les assignatures.

Igual que en el cas dels estudiants de grau, els nivells més alts de satisfacció es troben en assignatures relacionades directament amb la pràctica del màrqueting (com ara Reputació On-line i Identitat Digital, Disseny i Execució d'una Campanya de Màrqueting, Gestió de Plataformes Digitals o Estratègies de Publicitat i Promoció), encara que entre els estudiants de la doble titulació, també es troben a dalt de la taula assignatures relacionades amb l'àrea d'economia i empresa (per exemple, Fiscalitat en l'Empresa, Anàlisi de l'Entorn Macroeconòmic o Innovació Estratègica).

Si ens fixem amb les assignatures amb pitjors valoracions, trobem que entre el grau i la doble titulació, 8 assignatures tenen una qualificació per sota de 5,0 (16,7% del total), entre elles 6 del grau de màrqueting (26%, - Mitjans digitals i audiències, Comportament del consumidor, Posicionament a internet, Investigació de mercats, i Xarxes socials). D'acord amb les valoracions dels estudiants, la principal causa de la baixa satisfacció en aquests casos es relaciona amb la presència d'assignatures que es desenvolupen amb un contingut més teòric que pràctic; amb una càrrega de treball que alguns alumnes consideren excessiva; o amb el fet que les metodologies docents es basin principalment en classes magistrals amb poca interacció amb els estudiants.

En el context del pla de millora (ESCSE-T.0106), s'ha de mencionar que l'Escola va aprovar un Protocol de Seguiment del Professorat que suposa que, a partir dels resultats de les enquestes de satisfacció dels estudiants però també de les reunions amb delegats dels estudiants, quan es detecta una assignatura amb un grau de satisfacció per sota de l'aprovat, se li demana al professor o professora que realitzi un autoinforme per a valorar els elements susceptibles de millorar, i juntament amb la coordinació s'elabora un pla d'acció per al curs següent. Si és necessari, se sol·licita la intervenció del Servei per a la Qualitat, Aprenentatge i Innovació (SQAI) per acompanyar a aquests docent en el seu procés de millora.

Adicionalment, els serveis Recursos Humans i el SQAI elaboren anualment un programa de formació per al professorat relacionada amb la millora de les competències docents (interpersonals, metodològiques, de planificació, de comunicació, treball en equip, d'innovació i digital). La formació es diferencia entre sessions operatives, abans de cada inici de trimestre, per assegurar un començament de qualitat i sessions en les que es pretén promocionar innovacions incrementals en el plantejament de les assignatures. A més a més, el pla de formació contínua del professorat s'adapta contínuament a les necessitats de l'Escola, i s'inclouen en la seva programació accions de formació més específiques.

Satisfacció de les pràctiques externes

Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals

Les pràctiques obligatòries tenen una càrrega lectiva de 12 crèdits ECTS, amb una equivalència de 300 hores de dedicació.

Taula 30. Evolutiu de la satisfacció dels estudiants amb les pràctiques externes

	18/19	19/20	20/21	21/22
Nombre total d'estudiants diferents que han fet pràctiques durant el curs	90	50	43	59
Nombre total d'hores realitzades	41.468	24.144	16.970	22.512
Satisfacció dels estudiants amb les pràctiques (escala 1-10)	8,24	8,32	8,28	8,29
Assoliment de les expectatives dels estudiants (escala 1-10)	7,7	8,1	7,4	7,7
Valoració global que fan les empreses (escala 1-10)	8,93	9,0	8,88	9,1

Respecte a la satisfacció amb les pràctiques acadèmiques obligatòries realitzades, s'observa que la valoració dels estudiants del grau en Màrqueting i CD s'ha mantingut estable al voltant de 8,3 punts, mentre que la valoració sobre el compliment de les seves expectatives que tenien dipositades en fer les pràctiques és una mica més baixa. En alguns casos, els estudiants destaquen que les empreses no sempre tenen estructura en plantilla per dirigir estudiants d'aquests estudis en pràctiques però en la majoria de casos valoren de manera positiva la possibilitat de realitzar tasques relacionades amb els estudis. Per altra banda, alguns estudiants creuen que la seva formació teòrica hauria d'adaptar-se millor a les necessitats de les empreses.

Finalment, també es pot observar a la taula que la valoració per part de les empreses que reben estudiants en pràctiques del grau és molt alta i va millorar en el últim curs acadèmic. De fet, en el curs 2020-21 un 39% part dels estudiants van estar contractats per les empreses una vegada han finalitzat les pràctiques. Aquest valor de contractació laboral és el més alt en el conjunt del centre.

Doble titulació en AdE/Màrqueting

Les pràctiques obligatòries tenen una càrrega lectiva de 14 crèdits ECTS, amb una equivalència de 350 hores de dedicació.

Taula 31. Evolutiu de la satisfacció dels estudiants amb les pràctiques externes

	18/19	19/20	20/21	21/22
Nombre total d'estudiants diferents que han fet pràctiques durant el curs	65	46	51	55
Nombre total d'hores realitzades	28.680	20.901	20.714	24109
Satisfacció dels estudiants amb les pràctiques (escala 1-10)	8,69	8,86	9,04	9,02
Assoliment de les expectatives dels estudiants (escala 1-10)	8,4	8,6	8,9	9
Valoració global que fan les empreses (escala 1-10)	9,03	9,19	9,45	9,38

En la doble titulació s'observa una tendència molt positiva tant en la satisfacció global com respecte a l'assoliment de les expectatives dels estudiants amb les pràctiques, els dos últims cursos amb una valoració per sobre de 9 punts. Només el 0,5% de les empreses han registrat una valoració inferior al 8.

Així mateix, les competències desenvolupades pels estudiants de la doble titulació durant la realització de les pràctiques són molt ben valorades per les empreses. Aquestes mostren una satisfacció de 9,38 a l'últim curs i el 31% dels estudiants han estat contractats una vegada han finalitzat la realització de les

pràctiques. Cal destacar que en el cas de les empreses, la valoració que fan aquestes és la més alta en relació als estudiants de l'ESCSET.

Satisfacció dels estudiants respecte a la tasca del tutor del TFG

Taula 32. Evolutiu de la satisfacció amb el tutor de TFG

Màrqueting	18/19	19/20	20/21	21/22
Participació en l'enquesta	24%	17%	89%	58%
Durant tot el curs ha estat fàcil posar-se en contacte amb el tutor/a.	7,7	8,7	8,6	8,3
El tutor/a m'ha ajudat a planificar el meu TFG (elaborar el cronograma per facilitar l'evolució i seguiment del treball).	6,9	8,5	8,0	8,1
El tutor/a m'ha dirigit metodològicament en el desenvolupament inicial del meu TFG (orientacions sobre recursos, recomanacions bibliogràfiques, formats dels lliuraments...).	7,5	8,4	8,0	8,2
El tutor/a m'ha recolzat a mesura que ha anat avançant el meu TFG (orientacions sobre canvis, referències, millores del projecte...).	7,6	8,7	8,3	8,2

Respecte a la satisfacció dels estudiants amb la tutorització rebuda per a elaborar el Treball de Final de Grau s'observa que entre els estudiants del grau de Màrqueting i Comunitats Digitals els nivells de satisfacció en general es mantenen alts, tots per sobre de 8,0, amb una lleugera millora en termes de l'ajuda rebuda en el moment de la planificació del Treball i l'orientació metodològica, però una caiguda, també lleugera, en la facilitat de comunicació amb el tutor i el nivell de suport percebut.

Taula 33. Evolutiu de la satisfacció amb el tutor de TFG

AdE/Màrqueting	18/19	19/20	20/21	21/22
Participació en l'enquesta	38%	29%	66%	82%
Durant tot el curs ha estat fàcil posar-se en contacte amb el tutor/a.	7,9	9,8	8,8	8,4
El tutor/a m'ha ajudat a planificar el meu TFG (elaborar el cronograma per facilitar l'evolució i seguiment del treball).	7,4	9,5	7,8	7,2
El tutor/a m'ha dirigit metodològicament en el desenvolupament inicial del meu TFG (orientacions sobre recursos, recomanacions bibliogràfiques, formats dels lliuraments...).	7,3	9,3	7,9	7,3
El tutor/a m'ha recolzat a mesura que ha anat avançant el meu TFG (orientacions sobre canvis, referències, millores del projecte...).	7,5	9,9	8,2	7,9

Entre els estudiants de la doble titulació, també s'observa un elevat nivell de satisfacció en temes relacionats amb la comunicació i suport durant la realització del TFG, però la seva valoració en termes de l'orientació rebuda en la planificació inicial, el seguiment i la metodologia és una mica més baixa que en el cas dels estudiants del grau de màrqueting, cosa que pot estar influïda pel fet que en la doble titulació els estudiants realitzen dos TFG i enfronten una càrrega més elevada, per la qual cosa és possible que les seves expectatives i necessitats de seguiment siguin majors.

Tot i els bons resultats de satisfacció obtinguts en general a les enquestes de satisfacció dels estudiants amb la docència, creiem que ha de ser objectiu del centre procurar que la satisfacció continuï creixent any a any i per aquest motiu es deixa en procés l'acció **ESCSE-T.0106** continuant impulsant metodologies docents participatives i promovent la formació pel PDI en aquest sentit.

6.3. Els valors dels indicadors acadèmics són adequats per a les característiques de la titulació

Es presenten a continuació els resultats globals de la titulació i de primer curs, i els resultats per assignatures del grau en Màrqueting i Comunitats Digitals i de la doble titulació AdE/Màrqueting.

6.3.1. Resultats globals de la titulació

Taula 34. Indicadors globals del grau en Màrqueting

Grau en Màrqueting i CD	Sexe	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
Taxa de presentació	Global	97,01%	96,71%	96,65%	97,08%
Taxa de presentació	Dones	97,21%	97,72%	97,44%	97,38%
Taxa de presentació	Homes	96,83%	95,70%	95,81%	96,79%
Taxa de rendiment	Global	88,25%	87,98%	87,92%	87,54%
Taxa de rendiment	Dones	90,40%	92,38%	89,00%	88,70%
Taxa de rendiment	Homes	86,37%	83,61%	86,77%	86,43%
Taxa d'èxit	Global	90,97%	90,97%	90,96%	90,18%
Taxa d'èxit	Dones	92,99%	94,54%	91,33%	91,09%
Taxa d'èxit	Homes	89,19%	87,36%	90,57%	89,30%
Taxa d'eficiència	Global	95,36%	94,88%	93,40%	94,30%
Taxa d'eficiència	Dones	94,94%	96,55%	94,47%	96,24%
Taxa d'eficiència	Homes	95,60%	92,90%	92,57%	92,37%
Temps mitjà graduació	Global	4,37	4,37	4,50	4,49
Temps mitjà graduació	Dones	4,70	4,32	4,27	4,21
Temps mitjà graduació	Homes	4,18	4,43	4,68	4,78

Taxa de presentats (%): Crèdits ordinaris presentats/Crèdits ordinaris matriculats

Taxa d'èxit (%): Crèdits ordinaris superats/Crèdits ordinaris matriculats

Taxa de rendiment: crèdits aprovats/crèdits matriculats.

Taxa d'eficiència: crèdits en què s'han matriculat els estudiants graduats/crèdits que haurien d'haver cursat teòricament.

Al grau en Màrqueting, les xifres assolides en tots els indicadors són molt satisfactòries i s'observa que en la majoria de casos els indicadors es mantenen o pugen. La taxa de rendiment és l'única que té una lleugera tendència decreixent, encara que continua en nivells satisfactoris. La taxa d'èxit es redueix menys d'un punt percentual, amb un 90,18% de crèdits superats dels matriculats, en un context en el qual augmenta lleugerament la taxa de presentació. Es destacable que en general els resultats de les dones són millors que els dels homes.

A la doble titulació hi ha hagut una millora en tots els indicadors, i també s'observa en general un millor acompliment de les dones, tal com es mostra a continuació.

Taula 35. Indicadors globals de la doble tit. AdE/Màrqueting

AdE/Màrqueting	Sexe	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
Taxa de presentació	Global	97,89%	97,97%	98,21%	98,57%
Taxa de presentació	Dones	98,16%	98,54%	99,13%	99,19%
Taxa de presentació	Homes	97,49%	97,27%	96,88%	97,73%
Taxa de rendiment	Global	91,66%	93,96%	92,59%	93,01%
Taxa de rendiment	Dones	93,43%	95,12%	94,09%	94,74%
Taxa de rendiment	Homes	89,04%	92,56%	90,41%	90,65%
Taxa d'èxit	Global	93,63%	95,91%	94,27%	94,36%
Taxa d'èxit	Dones	95,18%	96,53%	94,92%	95,52%
Taxa d'èxit	Homes	91,32%	95,15%	93,32%	92,75%
Taxa d'eficiència	Global	98,54%	97,17%	94,20%	96,32%

AdE/Màrqueting	Sexe	2017/18	2018/19	2019/20	2020/21
Taxa d'eficiència	Dones	98,60%	97,93%	95,18%	97,36%
Taxa d'eficiència	Homes	98,44%	96,20%	93,15%	94,24%
Temps mitjà graduació	Global	5,11	5,07	5,42	5,24
Temps mitjà graduació	Dones	5,09	5,08	5,32	5,22
Temps mitjà graduació	Homes	5,13	5,05	5,52	5,28

Taxa de presentats (%): Crèdits ordinaris presentats/Crèdits ordinaris matriculats

Taxa d'èxit (%). Crèdits ordinaris superats/Crèdits ordinaris matriculats

Taxa de rendiment: crèdits aprovats/crèdits matriculats.

Taxa d'eficiència: crèdits en què s'han matriculat els estudiants graduats/crèdits que haurien d'haver cursat teòricament

6.3.2. Resultats globals del primer curs

A continuació es present les dades per a primer curs.

Taula 36. Indicadors globals de primer curs del grau en Màrqueting

Grau en Màrqueting i CD	Sexe	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22
Taxa de presentació	Global	93,46%	94,22%	92,83%	96,63%
Taxa de presentació	Dones	93,48%	97,18%	92,13%	96,03%
Taxa de presentació	Homes	93,43%	91,92%	93,59%	97,11%
Taxa de rendiment	Global	83,28%	81,25%	79,97%	82,78%
Taxa de rendiment	Dones	85,60%	89,82%	78,65%	84,14%
Taxa de rendiment	Homes	80,29%	74,59%	81,38%	81,70%
Taxa d'èxit	Global	89,11%	86,24%	86,14%	85,67%
Taxa d'èxit	Dones	91,57%	92,43%	85,38%	87,61%
Taxa d'èxit	Homes	85,93%	81,14%	86,96%	84,14%
Taxa d'abandonament	Global	16,90%	17,95%	19,12%	dis. 23/24

Taxa de presentats (%): Crèdits ordinaris presentats/ Crèdits ordinaris matriculats

Taxa de rendiment (%):Crèdits ordinaris aprovats/Crèdits ordinaris matriculats

Taxa d'èxit (%). Crèdits ordinaris superats/Crèdits ordinaris matriculats

Taxa d'abandonament a primer curs (%):Percentatge d'estudiants de primera matricula (curs N) que no estan matriculats en els dos cursos següents (N+1 i N+2)

Quant als resultats globals del primer curs en el cas del grau, també s'observa una millora significativa en les taxes de presentació i rendiment, en l'últim cas influït per una millora substancial entre les dones, la taxa de rendiment de les quals va augmentar prop de 6 punts percentuals respecte al curs anterior. Per part seva, la taxa d'èxit s'ha reduït lleugerament, principalment per una caiguda del percentatge de crèdits ordinaris superats entre els homes. Finalment, encara que la taxa d'abandonament ha augmentat del 18% al 19,1% en la cohort 2020-21, encara està sota el valor previst en la Memòria de verificació, que és del 20%.

Taula 37. Indicadors globals de primer curs de la doble tit. AdE/Màrqueting

Grau en Màrqueting i CD	Sexe	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22
Taxa de presentació	Global	94,78%	95,83%	97,11%	97,45%
Taxa de presentació	Dones	95,50%	100,00%	98,24%	97,38%
Taxa de presentació	Homes	93,47%	91,95%	95,13%	97,53%
Taxa de rendiment	Global	89,72%	91,02%	90,24%	86,91%
Taxa de rendiment	Dones	90,24%	96,09%	91,60%	89,81%
Taxa de rendiment	Homes	88,76%	86,31%	87,87%	84,11%
Taxa d'èxit	Global	94,66%	94,98%	92,93%	89,18%
Taxa d'èxit	Dones	94,49%	96,09%	93,24%	92,22%
Taxa d'èxit	Homes	94,97%	93,87%	92,36%	86,25%

Grau en Màrqueting i CD	Sexe	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22
Taxa d'abandonament	Global	17,74%	8,06%	12,31%	dis 23/24

Taxa de presentats (%): Crèdits ordinaris presentats/ Crèdits ordinaris matriculats

Taxa de rendiment (%): Crèdits ordinaris aprovats/ Crèdits ordinaris matriculats

Taxa d'èxit (%). Crèdits ordinaris superats/ Crèdits ordinaris matriculats

Taxa d'abandonament a primer curs (%): Percentatge d'estudiants de primera matricula (curs N) que no estan matriculats en els dos cursos següents (N+1 i N+2)

En la doble titulació s'observa que la taxa de presentació ha millorat algunes dècimes, malgrat la lleugera caiguda del percentatge de crèdits presentats entre les dones. És notable també la caiguda en la taxa de rendiment i de la taxa d'èxit, en tots dos casos al voltant de 3 punts percentuals, la qual cosa ha afectat tant homes com a dones, encara que a ells amb major intensitat. Finalment, igual que en el grau, hi ha hagut un augment en la taxa d'abandonament, però es manté en nivells acceptables entorn al 12% per al curs 2020-21.

6.3.3. Resultats per assignatura

A continuació es pot trobar el desglossament de les taxes de rendiment per a totes les assignatures del grau únic en Màrqueting i CD i de la doble titulació en AdE/Màrqueting per al curs 2021-22. La següent anàlisi es fa tenint en compte només les assignatures amb més de 15 estudiants matriculats.

Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals

Taula 38. Indicadors taxa de rendiment per assignatura del grau en Màrqueting

Assig.	Sexe	Matri.	NP	Sus.	Aprov.	Not.	Exc.	MH	Rendi.
1132-Llengua estrangera III	Dones	9	0	1	5	3	0	0	88,9%
1132-Llengua estrangera III	Homes	9	1	0	3	5	0	0	88,9%
1132-Llengua estrangera III	Global	18	1	1	8	8	0	0	88,9%
1154-Sport Management	Dones	1	0	0	0	1	0	0	100,0%
1154-Sport Management	Global	1	0	0	0	1	0	0	100,0%
1180-Itinerari emprenedor	Homes	1	1	0	0	0	0	0	0,0%
1180-Itinerari emprenedor	Global	1	1	0	0	0	0	0	0,0%
1180-Itinerari emprenedor	Homes	5	1	0	0	2	2	0	80,0%
1180-Itinerari emprenedor	Global	5	1	0	0	2	2	0	80,0%
500110-Administració d'empreses	Dones	39	0	9	15	15	0	0	76,9%
500110-Administració d'empreses	Homes	48	0	2	29	17	0	0	95,8%
500110-Administració d'empreses	Global	87	0	11	44	32	0	0	87,4%
500111-Eines TIC per treballar en xarxa	Dones	32	0	0	19	13	0	0	100,0%
500111-Eines TIC per treballar en xarxa	Homes	42	0	0	26	16	0	0	100,0%
500111-Eines TIC per treballar en xarxa	Global	74	0	0	45	29	0	0	100,0%
500112-Fonaments d'estadística	Dones	1	0	0	1	0	0	0	100,0%
500112-Fonaments d'estadística	Homes	1	0	0	1	0	0	0	100,0%
500112-Fonaments d'estadística	Global	2	0	0	2	0	0	0	100,0%
500121-Matemàtiques aplicades al Màrqueting	Dones	34	2	7	13	10	1	1	73,5%
500121-Matemàtiques aplicades al Màrqueting	Homes	41	1	17	21	2	0	0	56,1%
500121-Matemàtiques aplicades al Màrqueting	Global	75	3	24	34	12	1	1	64,0%
500122-Introducció al disseny gràfic	Dones	32	0	0	4	17	11	0	100,0%
500122-Introducció al disseny gràfic	Homes	43	0	3	2	34	4	0	93,0%
500122-Introducció al disseny gràfic	Global	75	0	3	6	51	15	0	96,0%
500130-Fonaments de Màrqueting	Dones	16	0	1	7	8	0	0	93,8%
500130-Fonaments de Màrqueting	Homes	20	0	1	19	0	0	0	95,0%

Assig.	Sexe	Matri.	NP	Sus.	Aprov.	Not.	Exc.	MH	Rendi.
500130-Fonaments de Màrqueting	Global	36	0	2	26	8	0	0	94,4%
500133-Mètriques aplicades al Màrqueting	Dones	5	1	0	3	1	0	0	80,0%
500133-Mètriques aplicades al Màrqueting	Homes	2	0	0	1	1	0	0	100,0%
500133-Mètriques aplicades al Màrqueting	Global	7	1	0	4	2	0	0	85,7%
500134-Llengua estrangera I	Dones	18	2	1	1	13	1	0	83,3%
500134-Llengua estrangera I	Homes	23	1	1	6	15	0	0	91,3%
500134-Llengua estrangera I	Global	41	3	2	7	28	1	0	87,8%
5001-Administració d'empreses	Homes	1	0	1	0	0	0	0	0,0%
5001-Administració d'empreses	Global	1	0	1	0	0	0	0	0,0%
500210-Disseny de producte i gestió de marca	Dones	36	0	18	14	4	0	0	50,0%
500210-Disseny de producte i gestió de marca	Homes	37	0	15	18	4	0	0	59,5%
500210-Disseny de producte i gestió de marca	Global	73	0	33	32	8	0	0	54,8%
500211-Investigació de mercats	Dones	3	1	0	2	0	0	0	66,7%
500211-Investigació de mercats	Homes	8	0	0	8	0	0	0	100,0%
500211-Investigació de mercats	Global	11	1	0	10	0	0	0	90,9%
500212-Posicionament en Internet	Dones	31	1	1	20	9	0	0	93,5%
500212-Posicionament en Internet	Homes	31	0	1	17	13	0	0	96,8%
500212-Posicionament en Internet	Global	62	1	2	37	22	0	0	95,2%
500213-Gestió de la propietat Intel·lectual	Dones	3	0	1	2	0	0	0	66,7%
500213-Gestió de la propietat Intel·lectual	Homes	3	0	2	1	0	0	0	33,3%
500213-Gestió de la propietat Intel·lectual	Global	6	0	3	3	0	0	0	50,0%
500220-Màrqueting de continguts	Dones	29	1	0	4	24	0	0	96,6%
500220-Màrqueting de continguts	Homes	30	1	0	0	25	4	0	96,7%
500220-Màrqueting de continguts	Global	59	2	0	4	49	4	0	96,6%
500221-Definició de preu i proposta de valor	Dones	31	1	5	16	9	0	0	80,6%
500221-Definició de preu i proposta de valor	Homes	33	1	8	12	12	0	0	72,7%
500221-Definició de preu i proposta de valor	Global	64	2	13	28	21	0	0	76,6%
500222-Introducció a la Comptabilitat	Dones	8	1	2	5	0	0	0	62,5%
500222-Introducció a la Comptabilitat	Homes	8	0	0	7	1	0	0	100,0%
500222-Introducció a la Comptabilitat	Global	16	1	2	12	1	0	0	81,3%
500230-Distribució, logística i relació amb els canals	Dones	25	1	0	0	22	0	2	96,0%
500230-Distribució, logística i relació amb els canals	Homes	25	1	0	7	17	0	0	96,0%
500230-Distribució, logística i relació amb els canals	Global	50	2	0	7	39	0	2	96,0%
500231-Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials	Dones	27	2	0	22	3	0	0	92,6%
500231-Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials	Homes	29	0	0	27	2	0	0	100,0%
500231-Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials	Global	56	2	0	49	5	0	0	96,4%
500232-Estratègies de Publicitat i Promoció	Dones	27	2	0	16	9	0	0	92,6%
500232-Estratègies de Publicitat i Promoció	Homes	25	1	0	10	14	0	0	96,0%
500232-Estratègies de Publicitat i Promoció	Global	52	3	0	26	23	0	0	94,2%

Assig.	Sexe	Matri.	NP	Sus.	Aprov.	Not.	Exc.	MH	Rendi.
500233-Innovació i desenvolupament en una economia global	Dones	28	1	1	10	16	0	0	92,9%
500233-Innovació i desenvolupament en una economia global	Homes	30	2	0	9	19	0	0	93,3%
500233-Innovació i desenvolupament en una economia global	Global	58	3	1	19	35	0	0	93,1%
500234-Llengua estrangera II	Dones	28	2	1	17	8	0	0	89,3%
500234-Llengua estrangera II	Homes	29	3	1	16	9	0	0	86,2%
500234-Llengua estrangera II	Global	57	5	2	33	17	0	0	87,7%
500310-El pla de Màrqueting	Dones	24	0	0	12	12	0	0	100,0%
500310-El pla de Màrqueting	Homes	30	0	0	6	23	1	0	100,0%
500310-El pla de Màrqueting	Global	54	0	0	18	35	1	0	100,0%
500311-Xarxes socials	Dones	26	0	1	15	9	1	0	96,2%
500311-Xarxes socials	Homes	35	1	3	19	12	0	0	88,6%
500311-Xarxes socials	Global	61	1	4	34	21	1	0	91,8%
500312-Gestió financera pel Màrqueting	Dones	26	0	5	15	4	1	1	80,8%
500312-Gestió financera pel Màrqueting	Homes	29	0	7	12	7	3	0	75,9%
500312-Gestió financera pel Màrqueting	Global	55	0	12	27	11	4	1	78,2%
500313-Reputació online i identitat digital	Dones	24	0	0	4	19	0	1	100,0%
500313-Reputació online i identitat digital	Homes	27	0	0	10	17	0	0	100,0%
500313-Reputació online i identitat digital	Global	51	0	0	14	36	0	1	100,0%
500320-Disseny i execució d'una campanya de Màrqueting	Dones	26	1	0	2	22	1	0	96,2%
500320-Disseny i execució d'una campanya de Màrqueting	Homes	32	0	0	7	23	0	2	100,0%
500320-Disseny i execució d'una campanya de Màrqueting	Global	58	1	0	9	45	1	2	98,3%
500321-Fonaments d'economia	Dones	29	0	2	12	15	0	0	93,1%
500321-Fonaments d'economia	Homes	32	0	4	9	19	0	0	87,5%
500321-Fonaments d'economia	Global	61	0	6	21	34	0	0	90,2%
500322-Estratègia i gestió de vendes	Dones	28	0	0	25	3	0	0	100,0%
500322-Estratègia i gestió de vendes	Homes	33	0	1	30	2	0	0	97,0%
500322-Estratègia i gestió de vendes	Global	61	0	1	55	5	0	0	98,4%
500330-Màrqueting Institucional	Dones	30	0	1	26	3	0	0	96,7%
500330-Màrqueting Institucional	Homes	35	0	6	25	4	0	0	82,9%
500330-Màrqueting Institucional	Global	65	0	7	51	7	0	0	89,2%
500331-Mitjans digitals i audiències	Dones	30	0	6	10	14	0	0	80,0%
500331-Mitjans digitals i audiències	Homes	35	1	5	12	17	0	0	82,9%
500331-Mitjans digitals i audiències	Global	65	1	11	22	31	0	0	81,5%
500332-Creació d'empreses innovadores	Dones	28	0	0	18	10	0	0	100,0%
500332-Creació d'empreses innovadores	Homes	32	0	1	27	4	0	0	96,9%
500332-Creació d'empreses innovadores	Global	60	0	1	45	14	0	0	98,3%
500410-Implicacions econòmiques i socials a les XXSS	Dones	30	0	0	17	13	0	0	100,0%
500410-Implicacions econòmiques i socials a les XXSS	Homes	18	0	0	12	3	3	0	100,0%
500410-Implicacions econòmiques i socials a les XXSS	Global	48	0	0	29	16	3	0	100,0%

Assig.	Sexe	Matri.	NP	Sus.	Aprov.	Not.	Exc.	MH	Rendi.
500411-Elaboració de Projectes	Dones	31	0	0	5	24	2	0	100,0%
500411-Elaboració de Projectes	Homes	20	0	0	8	11	1	0	100,0%
500411-Elaboració de Projectes	Global	51	0	0	13	35	3	0	100,0%
500412-Analítica de xarxes	Dones	31	0	1	4	26	0	0	96,8%
500412-Analítica de xarxes	Homes	18	0	0	7	11	0	0	100,0%
500412-Analítica de xarxes	Global	49	0	1	11	37	0	0	98,0%
500420-Màrqueting social i d'esdeveniments	Dones	30	0	0	0	16	14	0	100,0%
500420-Màrqueting social i d'esdeveniments	Homes	20	0	0	0	17	3	0	100,0%
500420-Màrqueting social i d'esdeveniments	Global	50	0	0	0	33	17	0	100,0%
500421-Noves tendències d'administració empresarial	Dones	31	0	0	6	25	0	0	100,0%
500421-Noves tendències d'administració empresarial	Homes	19	0	0	5	13	0	1	100,0%
500421-Noves tendències d'administració empresarial	Global	50	0	0	11	38	0	1	100,0%
500430-Treball Final de Grau	Dones	29	1	3	6	18	0	1	86,2%
500430-Treball Final de Grau	Homes	18	1	2	10	3	2	0	83,3%
500430-Treball Final de Grau	Global	47	2	5	16	21	2	1	85,1%
500431-Pràctiques Externes	Dones	31	1	0	1	20	9	0	96,8%
500431-Pràctiques Externes	Homes	16	0	0	0	10	6	0	100,0%
500431-Pràctiques Externes	Global	47	1	0	1	30	15	0	97,9%
5008-El pla de màrqueting	Homes	2	1	0	1	0	0	0	50,0%
5008-El pla de màrqueting	Global	2	1	0	1	0	0	0	50,0%
501112-Fonaments d'estadística	Dones	40	5	7	24	4	0	0	70,0%
501112-Fonaments d'estadística	Homes	50	7	14	28	1	0	0	58,0%
501112-Fonaments d'estadística	Global	90	12	21	52	5	0	0	63,3%
501120-Gestió de plataformes digitals	Dones	39	2	8	18	10	0	1	74,4%
501120-Gestió de plataformes digitals	Homes	44	1	14	26	3	0	0	65,9%
501120-Gestió de plataformes digitals	Global	83	3	22	44	13	0	1	69,9%
501130-Metodologia de la investigació	Dones	33	1	3	10	18	1	0	87,9%
501130-Metodologia de la investigació	Homes	44	1	5	32	6	0	0	86,4%
501130-Metodologia de la investigació	Global	77	2	8	42	24	1	0	87,0%
501131-Relacions interpersonals a l'empresa	Dones	32	0	2	10	20	0	0	93,8%
501131-Relacions interpersonals a l'empresa	Homes	43	0	5	29	9	0	0	88,4%
501131-Relacions interpersonals a l'empresa	Global	75	0	7	39	29	0	0	90,7%
501132-Comportament del consumidor	Dones	20	0	0	6	14	0	0	100,0%
501132-Comportament del consumidor	Homes	28	0	0	19	9	0	0	100,0%
501132-Comportament del consumidor	Global	48	0	0	25	23	0	0	100,0%
501133-Mètriques aplicades al Màrqueting	Dones	28	0	12	13	3	0	0	57,1%
501133-Mètriques aplicades al Màrqueting	Homes	25	0	6	17	2	0	0	76,0%
501133-Mètriques aplicades al Màrqueting	Global	53	0	18	30	5	0	0	66,0%
5011-Mètriques aplicades al Màrqueting	Homes	1	1	0	0	0	0	0	0,0%
5011-Mètriques aplicades al Màrqueting	Global	1	1	0	0	0	0	0	0,0%

Assig.	Sexe	Matri.	NP	Sus.	Aprov.	Not.	Exc.	MH	Rendi.
501211-Investigació de mercats	Dones	23	1	4	9	9	0	0	78,3%
501211-Investigació de mercats	Homes	12	1	1	8	2	0	0	83,3%
501211-Investigació de mercats	Global	35	2	5	17	11	0	0	80,0%
501222-Introducció a la Comptabilitat	Dones	26	0	1	10	15	0	0	96,2%
501222-Introducció a la Comptabilitat	Homes	27	0	0	19	8	0	0	100,0%
501222-Introducció a la Comptabilitat	Global	53	0	1	29	23	0	0	98,1%
5012-Disseny de producte i gestió de marca	Homes	1	1	0	0	0	0	0	0,0%
5012-Disseny de producte i gestió de marca	Global	1	1	0	0	0	0	0	0,0%
5013-Investigació de mercats	Homes	3	2	0	1	0	0	0	33,3%
5013-Investigació de mercats	Global	3	2	0	1	0	0	0	33,3%
5014-Xarxes socials	Homes	1	1	0	0	0	0	0	0,0%
5014-Xarxes socials	Global	1	1	0	0	0	0	0	0,0%
5016-Innovació estratègica	Dones	2	0	0	2	0	0	0	100,0%
5016-Innovació estratègica	Homes	2	1	0	1	0	0	0	50,0%
5016-Innovació estratègica	Global	4	1	0	3	0	0	0	75,0%
5018-Introducció a la comptabilitat	Homes	7	2	2	3	0	0	0	42,9%
5018-Introducció a la comptabilitat	Global	7	2	2	3	0	0	0	42,9%
5025-Comunicació 2.0	Homes	1	1	0	0	0	0	0	0,0%
5025-Comunicació 2.0	Global	1	1	0	0	0	0	0	0,0%
5026-Gestió financera per al màrqueting	Dones	1	0	1	0	0	0	0	0,0%
5026-Gestió financera per al màrqueting	Homes	2	1	0	1	0	0	0	50,0%
5026-Gestió financera per al màrqueting	Global	3	1	1	1	0	0	0	33,3%
5027-Estratègies avançades en xarxes socials	Dones	1	0	0	1	0	0	0	100,0%
5027-Estratègies avançades en xarxes socials	Homes	2	0	0	1	1	0	0	100,0%
5027-Estratègies avançades en xarxes socials	Global	3	0	0	2	1	0	0	100,0%
5028-Reputació on line i identitat digital	Homes	2	0	0	2	0	0	0	100,0%
5028-Reputació on line i identitat digital	Global	2	0	0	2	0	0	0	100,0%
5029-Disseny i execució d'una campanya de màrqueting	Homes	3	0	2	1	0	0	0	33,3%
5029-Disseny i execució d'una campanya de màrqueting	Global	3	0	2	1	0	0	0	33,3%
5030-Estratègia i gestió de vendes	Homes	1	1	0	0	0	0	0	0,0%
5030-Estratègia i gestió de vendes	Global	1	1	0	0	0	0	0	0,0%
5031-Màrqueting Institucional	Homes	5	2	1	2	0	0	0	40,0%
5031-Màrqueting Institucional	Global	5	2	1	2	0	0	0	40,0%
5032-Mitjans digitals i audiències	Homes	3	0	0	1	2	0	0	100,0%
5032-Mitjans digitals i audiències	Global	3	0	0	1	2	0	0	100,0%
5033-Emprenedoria i gestió d'equips	Homes	1	0	1	0	0	0	0	0,0%
5033-Emprenedoria i gestió d'equips	Global	1	0	1	0	0	0	0	0,0%
5034-Implicacions econòmiques i socials en les xarxes socials	Dones	3	0	0	2	1	0	0	100,0%
5034-Implicacions econòmiques i socials en les xarxes socials	Homes	5	0	0	3	2	0	0	100,0%
5034-Implicacions econòmiques i socials en les xarxes socials	Global	8	0	0	5	3	0	0	100,0%
5035-Elaboració de projectes	Dones	2	0	0	0	2	0	0	100,0%
5035-Elaboració de projectes	Homes	5	1	0	2	2	0	0	80,0%
5035-Elaboració de projectes	Global	7	1	0	2	4	0	0	85,7%

Assig.	Sexe	Matri.	NP	Sus.	Aprov.	Not.	Exc.	MH	Rendi.
5039-Treball Fi de Grau	Dones	8	0	1	5	2	0	0	87,5%
5039-Treball Fi de Grau	Homes	11	0	3	7	1	0	0	72,7%
5039-Treball Fi de Grau	Global	19	0	4	12	3	0	0	78,9%
5051-Pràctiques externes	Dones	2	1	0	0	0	1	0	50,0%
5051-Pràctiques externes	Homes	3	0	0	0	3	0	0	100,0%
5051-Pràctiques externes	Global	5	1	0	0	3	1	0	80,0%
5052-Disseny i gestió de la innovació	Homes	2	1	0	0	1	0	0	50,0%
5052-Disseny i gestió de la innovació	Global	2	1	0	0	1	0	0	50,0%
5060-Iniciació al Neuromàrqueting i a la Neuroeconomia	Dones	14	0	0	0	13	1	0	100,0%
5060-Iniciació al Neuromàrqueting i a la Neuroeconomia	Homes	4	0	0	1	2	1	0	100,0%
5060-Iniciació al Neuromàrqueting i a la Neuroeconomia	Global	18	0	0	1	15	2	0	100,0%
5062-Màrqueting sensorial	Homes	1	1	0	0	0	0	0	0,0%
5062-Màrqueting sensorial	Global	1	1	0	0	0	0	0	0,0%
5062-Màrqueting sensorial	Dones	9	0	0	0	7	2	0	100,0%
5062-Màrqueting sensorial	Homes	7	0	0	1	5	1	0	100,0%
5062-Màrqueting sensorial	Global	16	0	0	1	12	3	0	100,0%
5063-Disseny Gràfic	Homes	3	0	0	2	1	0	0	100,0%
5063-Disseny Gràfic	Global	3	0	0	2	1	0	0	100,0%
5063-Disseny Gràfic	Dones	16	0	0	2	6	7	1	100,0%
5063-Disseny Gràfic	Homes	8	0	1	3	3	1	0	87,5%
5063-Disseny Gràfic	Global	24	0	1	5	9	8	1	95,8%
5064-Retail Màrqueting	Homes	2	0	0	2	0	0	0	100,0%
5064-Retail Màrqueting	Global	2	0	0	2	0	0	0	100,0%
5064-Retail Màrqueting	Dones	33	0	0	7	15	11	0	100,0%
5064-Retail Màrqueting	Homes	23	0	0	0	15	8	0	100,0%
5064-Retail Màrqueting	Global	56	0	0	7	30	19	0	100,0%
5065-Branded Content	Homes	1	0	0	1	0	0	0	100,0%
5065-Branded Content	Global	1	0	0	1	0	0	0	100,0%
5065-Branded Content	Dones	15	0	0	3	11	0	1	100,0%
5065-Branded Content	Homes	24	0	0	4	18	2	0	100,0%
5065-Branded Content	Global	39	0	0	7	29	2	1	100,0%
5066-SoLoMo	Homes	2	0	0	1	1	0	0	100,0%
5066-SoLoMo	Global	2	0	0	1	1	0	0	100,0%
5066-SoLoMo	Dones	4	0	0	2	2	0	0	100,0%
5066-SoLoMo	Homes	5	0	0	2	3	0	0	100,0%
5066-SoLoMo	Global	9	0	0	4	5	0	0	100,0%
5067-Certificació Google Analytics	Homes	1	0	0	0	1	0	0	100,0%
5067-Certificació Google Analytics	Global	1	0	0	0	1	0	0	100,0%
5067-Certificació Google Analytics	Dones	2	0	1	1	0	0	0	50,0%
5067-Certificació Google Analytics	Homes	6	1	0	3	2	0	0	83,3%
5067-Certificació Google Analytics	Global	8	1	1	4	2	0	0	75,0%

Doble titulació en Ade/Màrqueting

Taula 39. Indicadors taxa de rendiment per assignatura de la doble tit. AdE/Màrqueting

Assig.	Sexe	Matri.	NP	Sus.	Aprov.	Not.	Exc.	MH	Rendi.
1008-Tècniques quantitatives per a la gestió financera	Dones	2	0	1	1	0	0	0	50,0%
1008-Tècniques quantitatives per a la gestió financera	Homes	2	1	0	1	0	0	0	50,0%
1008-Tècniques quantitatives per a la gestió financera	Global	4	1	1	2	0	0	0	50,0%
1013-Gestió de la producció i les operacions	Dones	8	1	0	6	1	0	0	87,5%
1013-Gestió de la producció i les operacions	Homes	4	0	0	3	1	0	0	100,0%

Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa - TecnoCampus

Assig.	Sexe	Matri.	NP	Sus.	Aprov.	Not.	Exc.	MH	Rendi.
1013-Gestió de la producció i les operacions	Global	12	1	0	9	2	0	0	91,7%
1014-Anàlisi de l'entorn macroeconòmic	Dones	1	0	1	0	0	0	0	0,0%
1014-Anàlisi de l'entorn macroeconòmic	Global	1	0	1	0	0	0	0	0,0%
1015-Comptabilitat financera	Homes	2	0	0	2	0	0	0	100,0%
1015-Comptabilitat financera	Global	2	0	0	2	0	0	0	100,0%
1016-Innovació estratègica	Dones	1	0	0	1	0	0	0	100,0%
1016-Innovació estratègica	Homes	3	1	0	1	1	0	0	66,7%
1016-Innovació estratègica	Global	4	1	0	2	1	0	0	75,0%
1017-Patrons internacionals innovadors: teoria i tendències	Dones	1	0	1	0	0	0	0	0,0%
1017-Patrons internacionals innovadors: teoria i tendències	Homes	2	0	0	2	0	0	0	100,0%
1017-Patrons internacionals innovadors: teoria i tendències	Global	3	0	1	2	0	0	0	66,7%
1020-Fiscalitat de l'empresa	Dones	1	0	0	0	1	0	0	100,0%
1020-Fiscalitat de l'empresa	Homes	4	1	0	3	0	0	0	75,0%
1020-Fiscalitat de l'empresa	Global	5	1	0	3	1	0	0	80,0%
1024-Comptabilitat de costos	Dones	5	0	0	4	1	0	0	100,0%
1024-Comptabilitat de costos	Homes	12	0	1	10	0	1	0	91,7%
1024-Comptabilitat de costos	Global	17	0	1	14	1	1	0	94,1%
1025-Inversió i finançament a curt termini	Dones	5	0	1	4	0	0	0	80,0%
1025-Inversió i finançament a curt termini	Homes	8	0	1	6	1	0	0	87,5%
1025-Inversió i finançament a curt termini	Global	13	0	2	10	1	0	0	84,6%
1027-Direcció financera	Dones	5	0	2	3	0	0	0	60,0%
1027-Direcció financera	Homes	10	0	2	7	1	0	0	80,0%
1027-Direcció financera	Global	15	0	4	10	1	0	0	73,3%
1029-Noves tendències d'administració empresarial	Dones	1	0	0	1	0	0	0	100,0%
1029-Noves tendències d'administració empresarial	Homes	2	0	0	0	2	0	0	100,0%
1029-Noves tendències d'administració empresarial	Global	3	0	0	1	2	0	0	100,0%
1033-Elaboració de projectes	Dones	36	0	0	4	27	5	0	100,0%
1033-Elaboració de projectes	Homes	20	0	0	0	18	2	0	100,0%
1033-Elaboració de projectes	Global	56	0	0	4	45	7	0	100,0%
1034-Disseny i gestió de la innovació	Dones	36	1	0	0	33	2	0	97,2%
1034-Disseny i gestió de la innovació	Homes	20	0	0	1	17	2	0	100,0%
1034-Disseny i gestió de la innovació	Global	56	1	0	1	50	4	0	98,2%
1035-Creació d'empreses innovadores i de base tecnològica	Dones	36	0	1	2	15	16	2	97,2%
1035-Creació d'empreses innovadores i de base tecnològica	Homes	20	0	0	0	14	6	0	100,0%
1035-Creació d'empreses innovadores i de base tecnològica	Global	56	0	1	2	29	22	2	98,2%
1036-Treball Fi de Grau	Dones	38	0	3	9	23	2	1	92,1%
1036-Treball Fi de Grau	Homes	22	3	2	9	8	0	0	77,3%
1036-Treball Fi de Grau	Global	60	3	5	18	31	2	1	86,7%
1037-Pràctiques externes	Dones	33	0	0	0	10	23	0	100,0%
1037-Pràctiques externes	Homes	17	0	0	3	5	9	0	100,0%
1037-Pràctiques externes	Global	50	0	0	3	15	32	0	100,0%
1129-Anàlisi i seguiment de la gestió. Noves tendències	Dones	35	0	1	1	27	5	1	97,1%
1129-Anàlisi i seguiment de la gestió. Noves tendències	Homes	20	0	0	0	20	0	0	100,0%

Assig.	Sexe	Matri.	NP	Sus.	Aprov.	Not.	Exc.	MH	Rendi.
1129-Anàlisi i seguiment de la gestió. Noves tendències	Global	55	0	1	1	47	5	1	98,2%
1132-Llengua estrangera III	Dones	1	1	0	0	0	0	0	0,0%
1132-Llengua estrangera III	Homes	3	1	0	2	0	0	0	66,7%
1132-Llengua estrangera III	Global	4	2	0	2	0	0	0	50,0%
1134-Innovació i desenvolupament en una economia global	Dones	36	1	0	8	25	2	0	97,2%
1134-Innovació i desenvolupament en una economia global	Homes	20	0	0	3	17	0	0	100,0%
1134-Innovació i desenvolupament en una economia global	Global	56	1	0	11	42	2	0	98,2%
120110-Eines TIC per a treballar en la xarxa	Dones	33	0	0	10	23	0	0	100,0%
120110-Eines TIC per a treballar en la xarxa	Homes	34	0	0	14	20	0	0	100,0%
120110-Eines TIC per a treballar en la xarxa	Global	67	0	0	24	43	0	0	100,0%
120111-Eines TIC per a treballar en la xarxa	Dones	33	0	0	10	23	0	0	100,0%
120111-Eines TIC per a treballar en la xarxa	Homes	34	0	0	14	20	0	0	100,0%
120111-Eines TIC per a treballar en la xarxa	Global	67	0	0	24	43	0	0	100,0%
120112-Administració d'empreses	Dones	33	0	3	8	21	1	0	90,9%
120112-Administració d'empreses	Homes	35	0	4	17	13	1	0	88,6%
120112-Administració d'empreses	Global	68	0	7	25	34	2	0	89,7%
120113-Administració d'empreses	Dones	33	0	3	8	21	1	0	90,9%
120113-Administració d'empreses	Homes	35	0	4	17	13	1	0	88,6%
120113-Administració d'empreses	Global	68	0	7	25	34	2	0	89,7%
120120-Fonaments d'economia	Dones	34	0	8	12	13	1	0	76,5%
120120-Fonaments d'economia	Homes	36	0	16	11	8	0	1	55,6%
120120-Fonaments d'economia	Global	70	0	24	23	21	1	1	65,7%
120121-Fonaments d'economia	Dones	34	0	8	12	13	1	0	76,5%
120121-Fonaments d'economia	Homes	36	0	16	11	8	1	0	55,6%
120121-Fonaments d'economia	Global	70	0	24	23	21	2	0	65,7%
120122-Introducció al disseny gràfic	Dones	34	0	0	1	22	10	1	100,0%
120122-Introducció al disseny gràfic	Homes	34	0	0	4	18	12	0	100,0%
120122-Introducció al disseny gràfic	Global	68	0	0	5	40	22	1	100,0%
120123-Fonaments de matemàtiques per a l'empresa	Dones	35	2	1	29	3	0	0	91,4%
120123-Fonaments de matemàtiques per a l'empresa	Homes	39	4	4	26	5	0	0	79,5%
120123-Fonaments de matemàtiques per a l'empresa	Global	74	6	5	55	8	0	0	85,1%
120124-Matemàtiques aplicades al màrqueting	Dones	35	2	1	29	3	0	0	91,4%
120124-Matemàtiques aplicades al màrqueting	Homes	39	4	4	26	5	0	0	79,5%
120124-Matemàtiques aplicades al màrqueting	Global	74	6	5	55	8	0	0	85,1%
120132-Emprenedoria	Dones	33	0	4	3	25	1	0	87,9%
120132-Emprenedoria	Homes	34	1	4	6	22	1	0	85,3%
120132-Emprenedoria	Global	67	1	8	9	47	2	0	86,6%
120134-Dret empresarial	Dones	36	1	8	15	12	0	0	75,0%
120134-Dret empresarial	Homes	35	1	10	17	7	0	0	68,6%
120134-Dret empresarial	Global	71	2	18	32	19	0	0	71,8%
120135-Llengua estrangera I	Dones	30	2	0	7	21	0	0	93,3%
120135-Llengua estrangera I	Homes	31	0	0	5	24	2	0	100,0%
120135-Llengua estrangera I	Global	61	2	0	12	45	2	0	96,7%
120136-Llengua estrangera I	Dones	30	2	0	7	21	0	0	93,3%
120136-Llengua estrangera I	Homes	31	0	0	5	24	2	0	100,0%
120136-Llengua estrangera I	Global	61	2	0	12	45	2	0	96,7%

Assig.	Sexe	Matri.	NP	Sus.	Aprov.	Not.	Exc.	MH	Rendi.
120210-Disseny de producte i gestió de marca	Dones	36	0	4	26	6	0	0	88,9%
120210-Disseny de producte i gestió de marca	Homes	25	0	2	19	4	0	0	92,0%
120210-Disseny de producte i gestió de marca	Global	61	0	6	45	10	0	0	90,2%
120211-Introducció a la comptabilitat	Dones	35	0	4	25	6	0	0	88,6%
120211-Introducció a la comptabilitat	Homes	21	0	0	16	5	0	0	100,0%
120211-Introducció a la comptabilitat	Global	56	0	4	41	11	0	0	92,9%
120212-Introducció a la comptabilitat	Dones	35	0	4	25	6	0	0	88,6%
120212-Introducció a la comptabilitat	Homes	21	0	0	16	5	0	0	100,0%
120212-Introducció a la comptabilitat	Global	56	0	4	41	11	0	0	92,9%
120213-Fonaments d'estadística	Dones	4	0	3	1	0	0	0	25,0%
120213-Fonaments d'estadística	Homes	5	1	1	3	0	0	0	60,0%
120213-Fonaments d'estadística	Global	9	1	4	4	0	0	0	44,4%
120214-Fonaments d'estadística i anàlisi de dades	Dones	4	0	3	1	0	0	0	25,0%
120214-Fonaments d'estadística i anàlisi de dades	Homes	5	1	1	3	0	0	0	60,0%
120214-Fonaments d'estadística i anàlisi de dades	Global	9	1	4	4	0	0	0	44,4%
120220-Gestió de plataformes digitals	Dones	35	0	1	16	18	0	0	97,1%
120220-Gestió de plataformes digitals	Homes	24	0	2	10	11	0	1	91,7%
120220-Gestió de plataformes digitals	Global	59	0	3	26	29	0	1	94,9%
120221-Definició de preu i proposta de valor	Dones	38	0	0	9	29	0	0	100,0%
120221-Definició de preu i proposta de valor	Homes	24	1	2	11	10	0	0	87,5%
120221-Definició de preu i proposta de valor	Global	62	1	2	20	39	0	0	95,2%
120224-L'organització empresarial: teoria i perspectives	Dones	35	0	0	9	26	0	0	100,0%
120224-L'organització empresarial: teoria i perspectives	Homes	27	0	0	13	14	0	0	100,0%
120224-L'organització empresarial: teoria i perspectives	Global	62	0	0	22	40	0	0	100,0%
120230-Investigació de mercats	Dones	36	0	0	27	9	0	0	100,0%
120230-Investigació de mercats	Homes	22	0	2	17	3	0	0	90,9%
120230-Investigació de mercats	Global	58	0	2	44	12	0	0	96,6%
120231-Noves tendències en màrqueting	Dones	36	0	0	27	9	0	0	100,0%
120231-Noves tendències en màrqueting	Homes	22	0	2	17	3	0	0	90,9%
120231-Noves tendències en màrqueting	Global	58	0	2	44	12	0	0	96,6%
120232-Mètriques aplicades al Màrqueting	Dones	8	0	1	7	0	0	0	87,5%
120232-Mètriques aplicades al Màrqueting	Homes	6	1	2	3	0	0	0	50,0%
120232-Mètriques aplicades al Màrqueting	Global	14	1	3	10	0	0	0	71,4%
120233-Inferència estadística per la gestió empresarial	Dones	8	0	1	7	0	0	0	87,5%

Assig.	Sexe	Matri.	NP	Sus.	Aprov.	Not.	Exc.	MH	Rendi.
120233-Inferència estadística per la gestió empresarial	Homes	6	1	2	3	0	0	0	50,0%
120233-Inferència estadística per la gestió empresarial	Global	14	1	3	10	0	0	0	71,4%
120234-Distribució, logística i relació amb els canals	Dones	35	0	0	2	31	1	1	100,0%
120234-Distribució, logística i relació amb els canals	Homes	22	0	1	0	19	1	1	95,5%
120234-Distribució, logística i relació amb els canals	Global	57	0	1	2	50	2	2	98,2%
120235-Estratègies de Publicitat i Promoció	Dones	34	0	0	1	33	0	0	100,0%
120235-Estratègies de Publicitat i Promoció	Homes	21	0	0	1	20	0	0	100,0%
120235-Estratègies de Publicitat i Promoció	Global	55	0	0	2	53	0	0	100,0%
120236-Llengua estrangera II	Dones	35	0	0	18	15	1	1	100,0%
120236-Llengua estrangera II	Homes	23	1	1	11	10	0	0	91,3%
120236-Llengua estrangera II	Global	58	1	1	29	25	1	1	96,6%
120237-Llengua estrangera II	Dones	35	0	0	18	15	2	0	100,0%
120237-Llengua estrangera II	Homes	23	1	1	11	10	0	0	91,3%
120237-Llengua estrangera II	Global	58	1	1	29	25	2	0	96,6%
120310-Gestió de la propietat Intel·lectual	Dones	30	0	0	17	11	2	0	100,0%
120310-Gestió de la propietat Intel·lectual	Homes	25	0	1	16	6	2	0	96,0%
120310-Gestió de la propietat Intel·lectual	Global	55	0	1	33	17	4	0	98,2%
120311-Posicionament a internet	Dones	31	0	0	9	22	0	0	100,0%
120311-Posicionament a internet	Homes	25	1	0	12	12	0	0	96,0%
120311-Posicionament a internet	Global	56	1	0	21	34	0	0	98,2%
120312-Creativitat i innovació	Dones	30	0	0	19	10	0	1	100,0%
120312-Creativitat i innovació	Homes	24	1	0	18	5	0	0	95,8%
120312-Creativitat i innovació	Global	54	1	0	37	15	0	1	98,1%
120313-Anàlisi del entorn macroeconòmic	Dones	31	0	3	7	21	0	0	90,3%
120313-Anàlisi del entorn macroeconòmic	Homes	24	0	1	8	14	1	0	95,8%
120313-Anàlisi del entorn macroeconòmic	Global	55	0	4	15	35	1	0	92,7%
120320-Patrons internacionals innovadors: teoria i tendències	Dones	34	0	1	10	23	0	0	97,1%
120320-Patrons internacionals innovadors: teoria i tendències	Homes	26	1	0	6	18	0	1	96,2%
120320-Patrons internacionals innovadors: teoria i tendències	Global	60	1	1	16	41	0	1	96,7%
120321-Màrqueting de continguts	Dones	29	0	0	0	26	3	0	100,0%
120321-Màrqueting de continguts	Homes	26	1	0	0	21	4	0	96,2%
120321-Màrqueting de continguts	Global	55	1	0	0	47	7	0	98,2%
120322-Comptabilitat financera	Dones	33	0	2	17	14	0	0	93,9%
120322-Comptabilitat financera	Homes	27	0	1	14	12	0	0	96,3%
120322-Comptabilitat financera	Global	60	0	3	31	26	0	0	95,0%
120323-Estratègia i gestió de vendes	Dones	28	0	0	17	11	0	0	100,0%
120323-Estratègia i gestió de vendes	Homes	24	1	0	16	7	0	0	95,8%
120323-Estratègia i gestió de vendes	Global	52	1	0	33	18	0	0	98,1%
120330-Tècniques quantitatives per a la gestió financera	Dones	28	0	3	19	6	0	0	89,3%
120330-Tècniques quantitatives per a la gestió financera	Homes	22	0	2	13	7	0	0	90,9%

Assig.	Sexe	Matri.	NP	Sus.	Aprov.	Not.	Exc.	MH	Rendi.
120330-Tècniques quantitatives per a la gestió financera	Global	50	0	5	32	13	0	0	90,0%
120331-Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials	Dones	29	0	0	15	14	0	0	100,0%
120331-Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials	Homes	25	1	0	17	7	0	0	96,0%
120331-Màrqueting en buscadors i publicitat en xarxes socials	Global	54	1	0	32	21	0	0	98,1%
120332-Gestió de la producció i les operacions	Dones	31	0	3	16	11	1	0	90,3%
120332-Gestió de la producció i les operacions	Homes	28	1	1	16	8	2	0	92,9%
120332-Gestió de la producció i les operacions	Global	59	1	4	32	19	3	0	91,5%
120333-El Pla de Màrqueting	Dones	29	0	0	0	10	19	0	100,0%
120333-El Pla de Màrqueting	Homes	23	0	1	0	18	4	0	95,7%
120333-El Pla de Màrqueting	Global	52	0	1	0	28	23	0	98,1%
120334-El Pla de Màrqueting	Dones	29	0	0	0	10	19	0	100,0%
120334-El Pla de Màrqueting	Homes	23	0	1	0	18	4	0	95,7%
120334-El Pla de Màrqueting	Global	52	0	1	0	28	23	0	98,1%
120335-Llengua estrangera III	Dones	30	1	0	12	14	2	1	96,7%
120335-Llengua estrangera III	Homes	26	1	1	14	9	0	1	92,3%
120335-Llengua estrangera III	Global	56	2	1	26	23	2	2	94,6%
120410-Xarxes socials	Dones	27	0	0	7	17	1	2	100,0%
120410-Xarxes socials	Homes	17	0	0	13	3	1	0	100,0%
120410-Xarxes socials	Global	44	0	0	20	20	2	2	100,0%
120411-Xarxes socials	Dones	27	0	0	7	17	3	0	100,0%
120411-Xarxes socials	Homes	17	1	0	13	2	1	0	94,1%
120411-Xarxes socials	Global	44	1	0	20	19	4	0	97,7%
120412-Reputació on-line i identitat digital	Dones	28	0	0	5	12	9	2	100,0%
120412-Reputació on-line i identitat digital	Homes	15	0	0	2	12	1	0	100,0%
120412-Reputació on-line i identitat digital	Global	43	0	0	7	24	10	2	100,0%
120413-Inversió i finançament a curt termini	Dones	30	0	3	12	11	4	0	90,0%
120413-Inversió i finançament a curt termini	Homes	13	0	2	7	3	1	0	84,6%
120413-Inversió i finançament a curt termini	Global	43	0	5	19	14	5	0	88,4%
120414-Gestió financera per al màrqueting	Dones	30	0	3	12	11	4	0	90,0%
120414-Gestió financera per al màrqueting	Homes	13	0	2	7	3	1	0	84,6%
120414-Gestió financera per al màrqueting	Global	43	0	5	19	14	5	0	88,4%
120415-Comptabilitat de costos	Dones	31	0	0	10	17	4	0	100,0%
120415-Comptabilitat de costos	Homes	13	0	1	1	9	2	0	92,3%
120415-Comptabilitat de costos	Global	44	0	1	11	26	6	0	97,7%
120420-Direcció financera	Dones	31	0	1	17	12	1	0	96,8%
120420-Direcció financera	Homes	16	0	3	11	1	1	0	81,3%
120420-Direcció financera	Global	47	0	4	28	13	2	0	91,5%
120421-Analítica de xarxes	Dones	29	0	0	15	14	0	0	100,0%
120421-Analítica de xarxes	Homes	17	0	0	14	3	0	0	100,0%
120421-Analítica de xarxes	Global	46	0	0	29	17	0	0	100,0%
120422-Innovació estratègica	Dones	30	0	0	14	15	1	0	100,0%
120422-Innovació estratègica	Homes	16	0	0	8	8	0	0	100,0%
120422-Innovació estratègica	Global	46	0	0	22	23	1	0	100,0%
120423-Disseny i execució d'una campanya de Màrqueting	Dones	31	0	0	2	25	2	2	100,0%
120423-Disseny i execució d'una campanya de Màrqueting	Homes	17	0	0	5	12	0	0	100,0%

Assig.	Sexe	Matri.	NP	Sus.	Aprov.	Not.	Exc.	MH	Rendi.
120423-Disseny i execució d'una campanya de Màrqueting	Global	48	0	0	7	37	2	2	100,0%
120430-Anàlisi i seguiment de la gestió: Noves tendències	Dones	33	0	0	1	26	4	2	100,0%
120430-Anàlisi i seguiment de la gestió: Noves tendències	Homes	18	0	0	3	14	1	0	100,0%
120430-Anàlisi i seguiment de la gestió: Noves tendències	Global	51	0	0	4	40	5	2	100,0%
120431-Mitjans digitals i audiències	Dones	32	0	0	5	23	2	2	100,0%
120431-Mitjans digitals i audiències	Homes	18	0	0	13	5	0	0	100,0%
120431-Mitjans digitals i audiències	Global	50	0	0	18	28	2	2	100,0%
120432-Fiscalitat de l'empresa	Dones	32	0	1	12	17	0	2	96,9%
120432-Fiscalitat de l'empresa	Homes	18	0	0	9	9	0	0	100,0%
120432-Fiscalitat de l'empresa	Global	50	0	1	21	26	0	2	98,0%
120433-Innovació i desenvolupament en una economia global	Dones	32	0	0	10	22	0	0	100,0%
120433-Innovació i desenvolupament en una economia global	Homes	17	0	1	10	5	1	0	94,1%
120433-Innovació i desenvolupament en una economia global	Global	49	0	1	20	27	1	0	98,0%
120434-Innovació i desenvolupament en una economia global	Dones	32	0	0	10	22	0	0	100,0%
120434-Innovació i desenvolupament en una economia global	Homes	17	0	1	10	5	1	0	94,1%
120434-Innovació i desenvolupament en una economia global	Global	49	0	1	20	27	1	0	98,0%
120511-Elaboració de Projectes	Dones	3	0	0	1	2	0	0	100,0%
120511-Elaboració de Projectes	Homes	3	0	0	1	2	0	0	100,0%
120511-Elaboració de Projectes	Global	6	0	0	2	4	0	0	100,0%
120512-Elaboració de Projectes	Dones	3	0	0	1	2	0	0	100,0%
120512-Elaboració de Projectes	Homes	3	0	0	1	2	0	0	100,0%
120512-Elaboració de Projectes	Global	6	0	0	2	4	0	0	100,0%
120513-Creació d'empreses innovadores i de base tecnològica	Dones	6	0	0	2	3	1	0	100,0%
120513-Creació d'empreses innovadores i de base tecnològica	Homes	2	0	0	1	0	1	0	100,0%
120513-Creació d'empreses innovadores i de base tecnològica	Global	8	0	0	3	3	2	0	100,0%
120514-Creació d'empreses innovadores	Dones	6	0	0	2	3	1	0	100,0%
120514-Creació d'empreses innovadores	Homes	2	0	0	1	0	1	0	100,0%
120514-Creació d'empreses innovadores	Global	8	0	0	3	3	2	0	100,0%
120520-Noves tendències d'administració empresarial	Dones	1	0	0	0	1	0	0	100,0%
120520-Noves tendències d'administració empresarial	Homes	1	0	0	1	0	0	0	100,0%
120520-Noves tendències d'administració empresarial	Global	2	0	0	1	1	0	0	100,0%
120521-Noves tendències d'administració empresarial	Dones	1	0	0	0	1	0	0	100,0%
120521-Noves tendències d'administració empresarial	Homes	1	0	0	1	0	0	0	100,0%
120521-Noves tendències d'administració empresarial	Global	2	0	0	1	1	0	0	100,0%

Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa - TecnoCampus

Assig.	Sexe	Matri.	NP	Sus.	Aprov.	Not.	Exc.	MH	Rendi.
120523-Màrqueting social i d'esdeveniments	Dones	1	0	0	0	1	0	0	100,0%
120523-Màrqueting social i d'esdeveniments	Homes	1	0	0	1	0	0	0	100,0%
120523-Màrqueting social i d'esdeveniments	Global	2	0	0	1	1	0	0	100,0%
120535-Gestió de plataformes digitals	Dones	35	0	1	16	18	0	0	97,1%
120535-Gestió de plataformes digitals	Homes	24	0	2	10	11	1	0	91,7%
120535-Gestió de plataformes digitals	Global	59	0	3	26	29	1	0	94,9%
120536-Disseny de producte i gestió de marca	Dones	36	0	4	26	6	0	0	88,9%
120536-Disseny de producte i gestió de marca	Homes	25	0	2	19	4	0	0	92,0%
120536-Disseny de producte i gestió de marca	Global	61	0	6	45	10	0	0	90,2%
120538-Introducció al disseny gràfic	Dones	34	0	0	1	22	11	0	100,0%
120538-Introducció al disseny gràfic	Homes	34	0	0	4	18	12	0	100,0%
120538-Introducció al disseny gràfic	Global	68	0	0	5	40	23	0	100,0%
120539-Creativitat i innovació	Dones	30	0	0	19	10	1	0	100,0%
120539-Creativitat i innovació	Homes	24	1	0	18	5	0	0	95,8%
120539-Creativitat i innovació	Global	54	1	0	37	15	1	0	98,1%
120540-Comptabilitat financera	Dones	33	0	2	17	14	0	0	93,9%
120540-Comptabilitat financera	Homes	27	0	1	14	12	0	0	96,3%
120540-Comptabilitat financera	Global	60	0	3	31	26	0	0	95,0%
120541-L'organització empresarial	Dones	35	0	0	9	26	0	0	100,0%
120541-L'organització empresarial	Homes	27	0	0	13	14	0	0	100,0%
120541-L'organització empresarial	Global	62	0	0	22	40	0	0	100,0%
120542-Anàlisi del entorn macroeconòmic	Dones	31	0	3	7	21	0	0	90,3%
120542-Anàlisi del entorn macroeconòmic	Homes	24	0	1	8	14	1	0	95,8%
120542-Anàlisi del entorn macroeconòmic	Global	55	0	4	15	35	1	0	92,7%
121130-Direcció comercial	Dones	34	0	0	0	30	3	1	100,0%
121130-Direcció comercial	Homes	20	0	0	0	19	0	1	100,0%
121130-Direcció comercial	Global	54	0	0	0	49	3	2	100,0%
121131-Fonaments de màrqueting	Dones	34	0	0	0	30	4	0	100,0%
121131-Fonaments de màrqueting	Homes	19	0	0	0	18	1	0	100,0%
121131-Fonaments de màrqueting	Global	53	0	0	0	48	5	0	100,0%
121133-Comportament del consumidor	Dones	35	0	0	3	31	1	0	100,0%
121133-Comportament del consumidor	Homes	21	0	0	1	20	0	0	100,0%
121133-Comportament del consumidor	Global	56	0	0	4	51	1	0	100,0%
121137-Metodologia de la investigació	Dones	34	1	1	21	8	3	0	94,1%
121137-Metodologia de la investigació	Homes	34	1	2	22	8	1	0	91,2%
121137-Metodologia de la investigació	Global	68	2	3	43	16	4	0	92,6%
121138-Metodologia de la investigació	Dones	34	1	1	21	8	3	0	94,1%
121138-Metodologia de la investigació	Homes	34	1	2	22	8	1	0	91,2%
121138-Metodologia de la investigació	Global	68	2	3	43	16	4	0	92,6%
121213-Fonaments d'estadística	Dones	36	2	2	22	9	1	0	88,9%
121213-Fonaments d'estadística	Homes	36	1	6	22	7	0	0	80,6%
121213-Fonaments d'estadística	Global	72	3	8	44	16	1	0	84,7%

Assig.	Sexe	Matri.	NP	Sus.	Aprov.	Not.	Exc.	MH	Rendi.
121214-Fonaments d'estadística i anàlisi de dades	Dones	36	2	2	22	9	1	0	88,9%
121214-Fonaments d'estadística i anàlisi de dades	Homes	36	1	6	22	7	0	0	80,6%
121214-Fonaments d'estadística i anàlisi de dades	Global	72	3	8	44	16	1	0	84,7%
121222-Relacions interpersonals a l'empresa	Dones	35	0	0	15	20	0	0	100,0%
121222-Relacions interpersonals a l'empresa	Homes	22	0	0	9	11	0	2	100,0%
121222-Relacions interpersonals a l'empresa	Global	57	0	0	24	31	0	2	100,0%
121223-Relacions interpersonals a l'empresa	Dones	35	0	0	15	20	0	0	100,0%
121223-Relacions interpersonals a l'empresa	Homes	22	0	0	9	11	2	0	100,0%
121223-Relacions interpersonals a l'empresa	Global	57	0	0	24	31	2	0	100,0%
121232-Mètriques aplicades al Màrqueting	Dones	34	0	5	17	11	0	1	85,3%
121232-Mètriques aplicades al Màrqueting	Homes	21	0	3	14	4	0	0	85,7%
121232-Mètriques aplicades al Màrqueting	Global	55	0	8	31	15	0	1	85,5%
121233-Inferència estadística per la gestió empresarial	Dones	34	0	5	17	11	1	0	85,3%
121233-Inferència estadística per la gestió empresarial	Homes	21	0	3	14	4	0	0	85,7%
121233-Inferència estadística per la gestió empresarial	Global	55	0	8	31	15	1	0	85,5%
121537-Comportament del consumidor	Dones	35	0	0	3	31	1	0	100,0%
121537-Comportament del consumidor	Homes	21	0	0	1	20	0	0	100,0%
121537-Comportament del consumidor	Global	56	0	0	4	51	1	0	100,0%
5017-Definició de preu i proposta de valor	Homes	1	0	0	1	0	0	0	100,0%
5017-Definició de preu i proposta de valor	Global	1	0	0	1	0	0	0	100,0%
5019-Màrqueting social i d'esdeveniments	Dones	36	0	1	2	8	25	0	97,2%
5019-Màrqueting social i d'esdeveniments	Homes	18	0	0	0	11	7	0	100,0%
5019-Màrqueting social i d'esdeveniments	Global	54	0	1	2	19	32	0	98,1%
5025-Comunicació 2.0	Dones	1	0	0	0	1	0	0	100,0%
5025-Comunicació 2.0	Global	1	0	0	0	1	0	0	100,0%
5027-Estratègies avançades en xarxes socials	Dones	1	0	0	1	0	0	0	100,0%
5027-Estratègies avançades en xarxes socials	Homes	2	0	0	2	0	0	0	100,0%
5027-Estratègies avançades en xarxes socials	Global	3	0	0	3	0	0	0	100,0%
5028-Reputació on line i identitat digital	Dones	2	0	1	0	1	0	0	50,0%
5028-Reputació on line i identitat digital	Homes	2	0	0	2	0	0	0	100,0%
5028-Reputació on line i identitat digital	Global	4	0	1	2	1	0	0	75,0%
5029-Disseny i execució d'una campanya de màrqueting	Dones	1	0	0	1	0	0	0	100,0%

Assig.	Sexe	Matri.	NP	Sus.	Aprov.	Not.	Exc.	MH	Rendi.
5029-Disseny i execució d'una campanya de màrqueting	Homes	1	0	0	0	1	0	0	100,0%
5029-Disseny i execució d'una campanya de màrqueting	Global	2	0	0	1	1	0	0	100,0%
5031-Màrqueting Institucional	Dones	35	1	0	24	9	1	0	97,1%
5031-Màrqueting Institucional	Homes	18	0	2	15	1	0	0	88,9%
5031-Màrqueting Institucional	Global	53	1	2	39	10	1	0	94,3%
5032-Mitjans digitals i audiències	Dones	1	0	0	1	0	0	0	100,0%
5032-Mitjans digitals i audiències	Homes	3	0	0	0	3	0	0	100,0%
5032-Mitjans digitals i audiències	Global	4	0	0	1	3	0	0	100,0%
5034-Implicacions econòmiques i socials en les xarxes socials	Homes	3	0	1	2	0	0	0	66,7%
5034-Implicacions econòmiques i socials en les xarxes socials	Global	3	0	1	2	0	0	0	66,7%
5039-Treball Fi de Grau	Dones	38	0	3	5	27	2	1	92,1%
5039-Treball Fi de Grau	Homes	21	1	3	11	6	0	0	81,0%
5039-Treball Fi de Grau	Global	59	1	6	16	33	2	1	88,1%
8033-Definició de preu i proposta de valor	Homes	1	0	0	1	0	0	0	100,0%
8033-Definició de preu i proposta de valor	Global	1	0	0	1	0	0	0	100,0%
8036-Comptabilitat financera	Homes	2	0	0	2	0	0	0	100,0%
8036-Comptabilitat financera	Global	2	0	0	2	0	0	0	100,0%
8038-Anàlisi de l'entorn macroeconòmic	Dones	1	0	1	0	0	0	0	0,0%
8038-Anàlisi de l'entorn macroeconòmic	Global	1	0	1	0	0	0	0	0,0%
805016-Innovació estratègica	Dones	1	0	0	1	0	0	0	100,0%
805016-Innovació estratègica	Homes	3	1	0	1	1	0	0	66,7%
805016-Innovació estratègica	Global	4	1	0	2	1	0	0	75,0%
805024-Innovació i desenvolupament en una economia global	Dones	36	1	0	8	25	2	0	97,2%
805024-Innovació i desenvolupament en una economia global	Homes	20	0	0	3	17	0	0	100,0%
805024-Innovació i desenvolupament en una economia global	Global	56	1	0	11	42	2	0	98,2%
805026-Gestió financera per al màrqueting	Dones	5	0	1	4	0	0	0	80,0%
805026-Gestió financera per al màrqueting	Homes	8	0	1	6	1	0	0	87,5%
805026-Gestió financera per al màrqueting	Global	13	0	2	10	1	0	0	84,6%
805035-Elaboració de projectes	Dones	36	0	0	4	27	5	0	100,0%
805035-Elaboració de projectes	Homes	20	0	0	0	18	2	0	100,0%
805035-Elaboració de projectes	Global	56	0	0	4	45	7	0	100,0%
805051-Pràctiques externes	Dones	33	0	0	0	10	23	0	100,0%
805051-Pràctiques externes	Homes	18	1	0	3	5	9	0	94,4%
805051-Pràctiques externes	Global	51	1	0	3	15	32	0	98,0%
805052-Disseny i gestió de la innovació	Dones	36	1	0	0	33	2	0	97,2%
805052-Disseny i gestió de la innovació	Homes	20	0	0	1	17	2	0	100,0%
805052-Disseny i gestió de la innovació	Global	56	1	0	1	50	4	0	98,2%

**Tot i que es mostren totes les assignatures de la doble titulació, només s'analitzen les assignatures del grau en Màrqueting.*

En general, les taxes de rendiment són bones i majoritàriament amb millors resultats per part de les dones.

En els estudis el grau en Màrqueting i CD, d'un total de 48 assignatures, només 5 tenen taxes de rendiment entre un 50% i un 70%; corresponent a assignatures amb un component quantitatiu i/o de algú nivell mínim de programació (Matemàtiques aplicades, Fonaments d'estadística, Mètriques aplicades al Màrqueting, Gestió de plataformes digitals, Disseny de producte i gestió de marca). En el cas d'estadística, Matemàtiques, i Gestió de plataformes el rendiment de les dones es millor que el dels homes, però en Mètriques i Disseny de producte el dels homes es major. En el cas de la doble titulació, en aquest grup només es troba l'assignatura Fonaments d'Economia, amb un rendiment de 65,7%, amb una diferència significativa entre homes (55,6%) i dones (76,5%).

En l'altre extrem, trobem que la meitat de les assignatures del grau únic i el 65% de les de la doble titulació tenen rendiments molt alts, per sobre del 95%. Si bé, per la naturalesa de la majoria d'aquestes assignatures, és normal que el nombre de suspesos sigui nul o molt baix, la distribució de les qualificacions tendeix a ser normal i no es troben assignatures amb un nombre alt de qualificacions "Excel·lent" o "Matrícula d'Honor", per la qual cosa no es pot concloure que una taxa de rendiment per sobre del 95% indiqui un baix nivell d'exigència.

Es continua mantenint l'acció **ESCSE-T.0031** per continuar treballant per augmentar les taxes de rendiment dels estudiants en les assignatures vinculades al càlcul o a les finances. I també l'acció **ESCSE-T.0030** per fer un millor seguiment dels abandonaments.

En general creiem que els valors dels indicadors acadèmics són adequats per a les característiques de la titulació.

6.4. Els valors dels indicadors d'inserció laboral són adequats per a les característiques de la titulació

A continuació s'adjunten els resultats de dues enquestes que analitzen la satisfacció dels graduats:

- Enquesta de satisfacció dels estudiants graduats durant el curs acadèmic, realitzada en el moment en què sol·liciten l'expedició del títol.
- Enquesta d'inserció laboral dels estudiants, realitzada 1 any després de la seva graduació.

Com s'observa en les següents taules, en el curs 2021-22 ha continuat la tendència creixent del percentatge d'estudiants que treballen al moment d'acabar la carrera, arribant al 75% del total d'enquestats. Aquest percentatge escala al 92% quan la pregunta es realitza un any després de la graduació.

Així mateix, ha millorat la qualitat de l'ocupació entre els graduats, ja que ha augmentat el percentatge d'aquells que tenen un contracte fix (55%), i el percentatge augmenta fins al 64% un any després de la graduació. No obstant, encara que la xifra és positiva, encara no s'ha recuperat el nivell del curs 2019-20, quan es va aconseguir el 72%.

A propòsit de la correspondència entre el nivell de formació i les capacitats exigides en el lloc de treball, al curs 2020-21 va augmentar el percentatge de estudiants que fan treballs d'un nivell corresponent a la seva formació (81%), però entre els enquestats un any després de la graduació, aquesta xifra només arriba al 75%.

Taula 40. Satisfacció graduats en el moment en què sol·liciten títol

	18/19	19/20	20/21	21/22
<i>Participació</i>	55%	42%	84%	59%
Percentatge d'estudiants que treballen	59%	49%	70%	75%
Percentatge dels estudiants que treballen que tenen contracte fix	50%	39%	49%	55%
Percentatge dels estudiants que treballen que fan feines de nivell universitari	87%	78%	79%	81%
Adequació dels continguts teòrics i pràctics (0 a 10)	5,9	5,7	5,4	6,4

Font: Enquesta de satisfacció dels estudiants graduats durant el curs acadèmic, realitzada en el moment en què sol·liciten l'expedició del títol.

Taula 41. Satisfacció graduats un any després de la seva graduació

	Graduats 2017/18	Graduats 2018/19	Graduats 2019/20	Graduats 2020/21
<i>Participació</i>	68%	74%	57%	50%
Percentatge d'estudiants que treballen	91%	94%	98%	92%
Percentatge dels estudiants que treballen que tenen contracte fix	67%	59%	72%	64%
Percentatge dels estudiants que treballen que fan feines de nivell universitari	74%	83%	86%	75%

Font: Enquesta d'inserció laboral dels estudiants, realitzada 1 any després de la seva graduació

Finalment, una altra xifra que millora considerablement és la valoració dels graduats sobre l'adequació dels continguts teòrics i pràctics del grau. Si bé s'aconsegueix el nivell més alt per als cursos que hi ha dades, encara està per sota del que seria desitjable.

Per a aconseguir aquest objectiu, es manté en procés l'acció de millora **ESCSE-T.0133** i s'està treballant a diferents nivells:

Es va fer una modificació del pla d'Estudis, en el qual es va modificar la temporalitat d'algunes assignatures amb l'objectiu de millorar la l'assoliment de les competències transversals.

Sha incorporat una major càrrega de treball pràctic amb casos reals en algunes assignatures. Aquest és el cas de Màrqueting Institucional, Pla de Màrqueting, i Màrqueting Social i d'Esdeveniments. En aquestes assignatures s'ha canviat el format que ja s'havia implantant, amb un alt nivell d'èxit, a l'assignatura de "Disseny i Implementació d'una Campanya de Màrqueting", on hi ha una convocatòria prèvia d'empreses reals que participen en el desenvolupament i avaluació de l'assignatura treballant projectes d'intervenció reals de les pròpies empreses.

Finalment, s'ha ampliat el nombre d'assignatures optatives amb una major orientació a l'aplicació pràctica de continguts, incloent especialment l'ús d'eines de màrqueting digital.

Globalment creiem que els valors dels indicadors d'inserció laboral són adequats per a les característiques de la titulació.

3. Valoració i proposta del pla de millora

Codi	Nivell d'afectació	Origen (informe)	Requerida per AQU	Estàndard	Vinculat al SGIQ	Problema detectat	Acció proposada	Objectiu a assolir	Indicador	Prioritat	Responsable	Termini	Estat	Resultat	Tancament
ESCS E-T.01 31	Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa de Tecnocampus	Acreditació 21-22 (Autoinforme)	Sí	E1.2		Falta aplicar de manera més específica la perspectiva de gènere a la docència	Dur a terme reflexions vinculades a les metodologies d'ensenyament-aprenentatge i el biaix de gènere i com les diferents formes d'avaluar també tenen impacte en els resultats que homes i dones obtenen	Aplicació de la perspectiva de gènere a 3/4 d'assignatures per titulació	Nombre d'assignatures implicades en l'aplicació de la perspectiva de gènere	Alta	Direcció i coordinadors dels estudis	2024-12-31	En procés	-	

Codi	Nivell d'afectació	Origen (informe)	Requerida per AQU	Estàndard	Vinculat al SGIQ	Problema detectat	Acció proposada	Objectiu a assolir	Indicador	Prioritat	Responsable	Termini	Estat	Resultat	Tancament
ESCS E-T.01 34	Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals	Seguiment MKT 2021-2022 (febrer 2023)	No	E1.4		Solapaments de continguts entre assignatures i falta d'interrelació entre coneixements.	Establir reunions periòdiques de professorat per matèries de la titulació per treballar conjuntament la transició de continguts entre les assignatures de la titulació.	Millorar la valoració de l'estudiantat i els graduats sobre la coordinació entre assignatures		Alta	Direcció i coordinador dels estudis	2023-12-31	Obrerta	-	
ESCS E-T.01 24	Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa de Tecnocampus	Avaluació del seguiment (2020-2021 Màrqueting)	Sí	E3.2		Manca reflexió sobre la implantació dels processos del SGIQ	Consolidació de la implantació dels processos del SGIQ amb els responsables de gestió dels processos i els propietaris dels mateixos.	Acreditació del SGIQ del centre	SGIQ del centre acreditat	Alta	Coordinador de qualitat	2023-12-31	Tancada	Assolit	Seguiment 2021-2022 (febrer 2023)

Codi	Nivell d'afectació	Origen (informe)	Requerida per AQU	Estàndard	Vinculat al SGIQ	Problema detectat	Acció proposada	Objectiu a assolir	Indicador	Prioritat	Responsable	Termini	Estat	Resultat	Tancament
TECN OCA MPU S.00 03	TecnoCampus	Revisió SGIQ centres 2017-2018 (17-11-2017 i 21-02-2018)	No	E3.2	Vinculat a millora participació encuestas TecnoCampus i objectiu 1 SGIQ-Marc (04/03/21) i procés EMP3.2 SGIQ ESCSE-T	El SGIQ té definides una sèrie d'enquestes al grups d'interès però en algunes ens costa arribar a percentatges de participació representatius	Implicar els delegats/des a la campanya dels enquestes docents. / Revisar el protocol de les encuestas del TFG/TFM i del PAT. / Personalitzar les encuestas de satisfacció dels ocupadors	Millorar un 20% la participació a les encuestas de satisfacció dels estudiants amb la docència, amb el TFG/TFM, amb el pla d'acció tutorial (PAT) i la satisfacció dels ocupadors amb els graduats/des	Participació a les encuestas esmentades	Alta	Resp. innovació docent (PAT) / Resp. qualitat (altres)	30-09-2022	En procés	Parcialment assolit	

Codi	Nivell d'afectació	Origen (informe)	Requerida per AQU	Estàndard	Vinculat al SGIQ	Problema detectat	Acció proposada	Objectiu a assolir	Indicador	Prioritat	Responsable	Termini	Estat	Resultat	Tancament
ESCS E-T.01 22	Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa de Tecnocampus	Acreditació 20-21 (IDA 13-07-2021)	Sí	E4.1	Vinculada amb objectiu de Qualitat 1 SGIQ ESCSE-T (25/02/21)	Incrementar el nombre d'hores impartides per professorat acreditat i es recomana seguir a la línia d'incrementar el percentatge de professorat doctor i acreditat	Proposar a la direcció de TCM que surtin noves places de professorat	Assolir el 40% de professor acreditat	% de crèdits impartits per professorat acreditat	Alta	Patronat / Director General / Director Escola	2023-12-31	En procés	Parcialment assolit	

Codi	Nivell d'afectació	Origen (informe)	Requerida per AQU	Estàndard	Vinculat al SGIQ	Problema detectat	Acció proposada	Objectiu a assolir	Indicador	Prioritat	Responsable	Termini	Estat	Resultat	Tancament
ESCS E-T.01 25	Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals	Avaluació del seguiment (2020-2021 Màrqueting)	Sí	E4.1		Càlculs de distribució de càrrega de treball del PDI que no computa la dedicació docent a TFG i pràctiques. No hi ha una dada específica sobre el % de doctors acreditats sobre el total de PDI doctor	Aclarir el còmput de dedicació del professorat	Informar correctament de la càrrega de treball del professorat	Nombre de crèdits impartits per doctors acreditats	Alta	Direcció de l'Escola	2023-12-31	Tancada	Assolit	Seguiment 2021-2022 (febrer 2023)
ESCS E-T.01 26	Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals	Avaluació del seguiment (2020-2021 Màrqueting)	Sí	E4.1		Escàs nombre de professorat especialitzat i escassa investigació en la temàtica del grau. No participació a cap projecte de recerca competitiu	Incentivar la recerca en màrqueting i la participació a projectes competitius de l'àmbit; Treure places noves de professorat de màrqueting	Aconseguir projectes específics de màrqueting; Treure 2 places noves de professorat de màrqueting	Nom projectes específics de màrqueting; Treure 2 places noves de PDI de MKT	Alta	Patronat / Director General / Director Escola	2024-12-31	En procés	-	

Codi	Nivell d'afectació	Origen (informe)	Requerida per AQU	Estàndard	Vinculat al SGIQ	Problema detectat	Acció proposada	Objectiu a assolir	Indicador	Prioritat	Responsable	Termini	Estat	Resultat	Tancament
ESCS E-T.01 27	Grau en Màrqueting i Comunitats Digitals	Avaluació del seguiment (2020-2021 Màrqueting)	Sí	E4.2	Vinculat amb seguiment de l'indicador EMPI3.3.3 - SGIQ ESCSET (25/02/21)	Manca d'adequació de la càrrega docent del professorat per a la supervisió adequada dels TFG	Aclarir la càrrega docent del TFG	Aclarir la càrrega docent del TFG	Satisfacció dels estudiants amb el TFG	Alta	Direcció de l'Escola	2022-12-31	Tancada	Assolit	Seguiment 2021-2022 (febrer 2023)
ESCS E-T.00 13	Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa de Tecnocampus	Acr 16-17 (Aut 17/11/17, IDA 6/11/18) / Acr 20-21 IDA13/7/21	Sí	E4.2	Vinculat amb Objectiu de qualitat 1 SGIQ ESCSE-T (25/02/21)	El nombre de professorat permanent està per sota del que es requereix segons legislació vigent	Treure sis places de professorat permanent (any 2018), de les quals dues per al Grau en Màrqueting i CD	Augmentar el nombre de professorat permanent	% professorat permanent, de centre i de titulació	Alta	Patronat i Director general // Directora de l'ESCSET	2024-12-31	En procés	Parcialment assolit	

Codi	Nivell d'afectació	Origen (informe)	Requerida per AQU	Estàndard	Vinculat al SGIQ	Problema detectat	Acció proposada	Objectiu a assolir	Indicador	Prioritat	Responsable	Termini	Estat	Resultat	Tancament
ESCS E-T.00 28	Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa de Tecnocampus	Seguiment 2016-2017 (CQ, 20-2-2018)	No	E4.3	Vinculada amb objectiu de Qualitat 4 SGIQ ESCSE-T (25/02/21) i objectiu de qualitat 5 SGIQ Marc (04/03/21)	Escàs nombre de professors/es que fan estades en universitats o centres universitaris estrangers	Augmentar la promoció de la mobilitat entre el professorat i incentivar-la / Facilitar la comunicació de l'experiència de mobilitat / Incloure l'aportació d'evidències en el portal del professorat	Augmentar el nombre de professorat que fa estades a l'estranger.	Professors que participen // Comunicacions	Mitja	Direcció i Responsable RRII ESCSET // Directora del Servei	2023-12-31	En procés	Parcialment assolit	

Codi	Nivell d'afectació	Origen (informe)	Requerida per AQU	Estàndard	Vinculat al SGIQ	Problema detectat	Acció proposada	Objectiu a assolir	Indicador	Prioritat	Responsable	Termini	Estat	Resultat	Tancament
ESCS E-T.00 29	Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa de Tecnocampus	Seguiment 2016-2017 (CQ, 20-2-2018)	No	E4.3	Sí. Vinculat Objectiu de Qualitat 4 SIGQ Marc (04/03/21)	Estudiants: Impulsar més aplicacions mitjançant el mòbil // Professorat : desenvolupar plataformes de fàcil accés i actualització	Implementar l'ús d'eines digitals i d'aplicacions mitjançant el mòbil en el dia a dia de l'Escola // Implementar plataformes de suport a l'activitat del professorat	Millorar l'oferta d'eines digitals que permetin una comunicació àgil i bidireccional, entre el professorat i els estudiants, entre estudiants i direcció de les titulacions i Escola	Disponibilitat i ús de les aplicacions	Mitja	Coordin. ESCSET / Cap Informàtica / Resp. suport aprenentat.	2023-12-31	En procés	Parcialment assolit	
ESCS E-T.01 23	Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa de Tecnocampus	Accreditació 20-21 (IDA 13-07-2021)	Sí	E4.3		Manca de suport institucional al professorat en investigació	Continuar treballant amb la Direcció General de TCM per augmentar el suport a la investigació	Aumentar la satisfacció del professorat amb el suport institucional per a la Recerca		Alta	Patronat / Director General / Director Escola	2023-12-31	En procés	-	

Codi	Nivell d'afectació	Origen (informe)	Requerida per AQU	Estàndard	Vinculat al SGIQ	Problema detectat	Acció proposada	Objectiu a assolir	Indicador	Prioritat	Responsable	Termini	Estat	Resultat	Tancament
ESCS E-T.01 10	Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa de Tecnocampus	Acred 18-19 (Autoinf, 13/12/19)	No	E4.3	Vinculat a amb objectiu de Qualitat 4 SGIQ Marc (04/03/21)	Problemes per a l'accés remot a algunes informacions i materials del CRAI, i falta d'un arxiu digital de la institució	Acabar de definir i implementar el Pla de digitalització del Tecnocampus.	Aconseguir ser una institució digital innovadora		Mitja	SQAI// Patronat i Director general // Direcció de l'ESCSET	2023-12-31	En procés	Parcialment assolit	
ESCS E-T.01 32	Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa de Tecnocampus	Acreditació 21-22 (Autoinforme)	No	E5.1		No es segueix adequadament la satisfacció amb l'acció tutorial	Valoració de les tutories amb enquesta anònima de l'actuació tutorial sobre estudiants objecte de les pròpies actuacions; Millorar la presentació del programa a 1r curs i seguiment amb els mentors/es	Registrar de forma més realista l'acció tutorial	Satisfacció amb l'acció tutorial	Alta	Tutor	2024-12-31	En procés	Parcialment assolit	

Codi	Nivell d'afectació	Origen (informe)	Requerida per AQU	Estàndard	Vinculat al SGIQ	Problema detectat	Acció proposada	Objectiu a assolir	Indicador	Prioritat	Responsable	Termini	Estat	Resultat	Tancament
ESCS E-T.00 35	Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa de Tecnocampus	Acreditació 16-17 (IDAE, 19/10/18)	Sí	E5.1	Vinculat amb Objectiu Qualitat 4 SGIQ ESCSE-T (25/02/21) i amb l'Objectiu de Qualitat 5 SIGQ Marc (04/03/21)	Incrementar internacionalització dels ensenyaments posant mecanismes que permetin fomentar la impartició de la docència en anglès, augmentar la mobilitat del alumnat i fer pràctiques a l'estranger	Aconseguir més convenis amb universitats estrangeres	Augmentar el nombre d'estudiants i professorat outgoing i incoming	Nombre d'estudiants i professorat outgoing i incoming	Alta	Direcció i Coordinació Màrqueting/ Responsable RRII	2022-12-31	En procés	Parcialment assolit	

Codi	Nivell d'afectació	Origen (informe)	Requerida per AQU	Estàndard	Vinculat al SGIQ	Problema detectat	Acció proposada	Objectiu a assolir	Indicador	Prioritat	Responsable	Termini	Estat	Resultat	Tancament
ESCS E-T.01 06	Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa de Tecnocampus	Seguiment 2017-2018 (CQ, 6-3-19)	No	E6.2	Vinculat a amb seguiment de l'indicador EMPI2.1.2 - SGIQ ESCSET (25/02/21)	Tot i els bons resultats, ha de ser objectiu del centre procurar que la satisfacció continuï creixent any a any	Actuar amb agilitat i definir un protocol davant el professorat amb baixa satisfacció // Impulsar metodologies docents participatives // Promoure formació pel PDI	Continuar millorant els índex de satisfacció docent i millorar la satisfacció dels graduats	Satisfacció dels estudiants amb la docència	Alta	Coordinador de la titulació // Direcció de l'ESCSET	2023-12-31	En procés	Parcialment assolit	
ESCS E-T.00 30	Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa de Tecnocampus	Seguiment 2016-2017 (CQ, 20-2-2018)	No	E6.3	Vinculat a amb seguiment de l'indicador EMP I3.1.1 - SIGQ ESCSE-T (25/02/21)-	Tot i que s'ha produït una millora en gairebé totes les titulacions, continua essent elevat nombre d'abandonaments normatius (Règim de permanència a primer curs), sobretot a AdE i GI.	Millorar els mecanismes de seguiment i avaluació dels estudiants de primer curs // Implementar software per tal que el tutor acadèmic pugui fer un bon seguiment dels expedients dels estudiants.	Rebaixar els abandonaments normatius (règim de permanència).	Abandonaments / Eines disponibles	Alta	Director / Cap estudis / Coordinador / R. sup. aprenentatge	2024-12-31	En procés	Parcialment assolit	

Codi	Nivell d'afectació	Origen (informe)	Requerida per AQU	Estàndard	Vinculat al SGIQ	Problema detectat	Acció proposada	Objectiu a assolir	Indicador	Prioritat	Responsable	Termini	Estat	Resultat	Tancament
ESCS E-T.0031	Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa de Tecnocampus	Seguiment 2016-2017 (CQ, 20-2-2018)	No	E6.3	Vinculada amb seguiment de l'indicador EMPI3.1.1 - SGIQ ESCSET (25/02/21)	Baixes taxes de rendiment dels estudiants en les assignatures vinculades al càlcul i/o a les finances	Elaborar material multimèdia // Relacionar les assignatures de càlcul amb altres assignatures de la titulació // Fer més desdoblaments i posar més professorat als seminaris	Augmentar les taxes de Rendiment dels estudiants en les assignatures vinculades al càlcul o a les finances	Taxes de rendiment / % aprovats	Alta	PDI assignatures càlcul / Cap estudis / Coordinadors	2024-12-31	En procés	Parcialment assolit	
ESCS E-T.0133	Escola Superior de Ciències Socials i de l'Empresa de Tecnocampus	Acreditació 21-22 (Autoinforme)	No	E6.4		Adquirir més coneixements pràctics per aplicar a l'àmbit laboral; Treballar més casos d'empreses reals	Treball amb casos d'empresa; Treball per projectes; Aprenentatge per reptes	Millorar la valoració dels graduats respecte a l'aplicació pràctica de continguts		Alta	Direcció i coordinadors dels estudis	2024-12-31	En procés	Parcialment assolit	

Es fa aquí un resum de les accions del pla de millora que s'han canviat o s'han incorporat amb la realització d'aquest informe:

ESCSE-T.0124: Consolidar la implantació dels processos del SGIQ. Es tanca dintre del pla de millora.

TECNOCAMPUS.0003: Millorar la participació dels estudiants a les enquestes. Es manté “en procés”.

ESCSE-T.0125: Càlculs de distribució de càrrega de treball del PDI que no computa la dedicació docent a TFG i pràctiques. No hi ha una dada específica sobre el % de doctors acreditats sobre el total de PDI doctor. Es tanca dintre del pla de millora.

ESCSE-T.0127: Aclarir la càrrega docent del TFG: Es tanca dintre del pla de millora.

ESCSE-T.0013: Treure places de professorat permanent, (any 2018), de les quals dues per al Grau en Màrqueting i CD. S'allarga fins al 31/12/2024

ESCSE-T.0126: Incentivar la recerca en màrqueting i la participació a projectes competitius de l'àmbit; Treure places noves de professorat de màrqueting. Es passa d'oberta a “en procés”.

ESCSE-T.0132: Registrar de forma més realista l'acció tutorial. Es passa d'oberta a “en procés”.

ESCSE-T.0131: Dur a terme reflexions vinculades a les metodologies d'ensenyament-aprenentatge i el biaix de gènere i com les diferents formes d'avaluar també tenen impacte en els resultats que homes i dones obtenen. Es passa d'oberta a “en procés”.

ESCSE-T.0134: Establir reunions periòdiques de professorat per matèries de la titulació per treballar conjuntament la transició de continguts entre les assignatures. S'ha obert nova.

Índex de Taules

Taula 1. Dades identificatives del centre	4
Taula 2. Distribució de les titulacions impartides a l'Escola	4
Taula 3. Evolutiu demanda 1a pref. estudiants de nou accés grau en Màrqueting	7
Taula 4. Evolutiu nota de tall estudiants de nou accés grau en Màrqueting	8
Taula 5. Percentatge notes d'accés estudiants grau en Màrqueting	8
Taula 6. Vies d'accés estudiants grau en Màrqueting	8
Taula 7. Evolutiu demanda 1a pref. estudiants de nou accés grau en Màrqueting	9
Taula 8. Evolutiu nota de tall estudiants de nou accés doble tit. AdE/Màrqueting	9
Taula 9. Percentatge notes d'accés estudiants doble tit. AdE/Màrqueting	9
Taula 10. Vies d'accés estudiants doble tit. AdE/Màrqueting	9
Taula 11. Satisfacció dels graduats/des de Màrqueting en el moment de tramitar el títol	11
Taula 12. Satisfacció del PDI de Màrqueting	12
Taula 13. Accessibilitat de la informació a la web de Màrqueting	16
Taula 14. Nombre de professorat per categoria i segons doctorat a Màrqueting	22
Taula 15. Hores impartides docència (HIDA) segons categoria de professorat i doctorat a Màrqueting	22
Taula 16. Hores impartides docència (HIDA) segons categoria de professorat i doctorat a Màrqueting	23
Taula 17. Satisfacció dels estudiants amb la dedicació del PDI	25
Taula 18. Satisfacció amb les pràctiques externes del grau en Màrqueting	26
Taula 19. Satisfacció amb les pràctiques externes doble tit. AdE/Màrqueting	26
Taula 20. Satisfacció amb el tutor de TFG (Màrqueting i doble tit. AdE/Màrqueting)	26
Taula 21. Relació estudiants ETC per PDI ECT (Equivalent a temps complet) a Màrqueting	27
Taula 22. Relació estudiants ETC per PDI ECT (Equivalent a temps complet) a AdE/Màrqueting	27
Taula 23. Satisfacció del PDI	31
Taula 24. Satisfacció estudiants amb orientació acadèmica i professional (escala de 0 a 10)	33
Taula 25. Percentatge de graduats que han realitzat estades de mobilitat	34
Taula 26. Satisfacció dels estudiants de Màrqueting amb els serveis (escala de 0 a 10)	35
Taula 27. Satisfacció del PDI amb la qualitat dels recursos materials (escala de 0 a 10)	35
Taula 28. Evolutiu de la satisfacció dels graduats del grau en Màrqueting	36
Taula 29. Satisfacció dels estudiants amb la docència	37
Taula 30. Evolutiu de la satisfacció dels estudiants amb les pràctiques externes	41
Taula 31. Evolutiu de la satisfacció dels estudiants amb les pràctiques externes	41
Taula 32. Evolutiu de la satisfacció amb el tutor de TFG	42
Taula 33. Evolutiu de la satisfacció amb el tutor de TFG	42
Taula 34. Indicadors globals del grau en Màrqueting	43
Taula 35. Indicadors globals de la doble tit. AdE/Màrqueting	43
Taula 36. Indicadors globals de primer curs del grau en Màrqueting	44
Taula 37. Indicadors globals de primer curs de la doble tit. AdE/Màrqueting	44
Taula 38. Indicadors taxa de rendiment per assignatura del grau en Màrqueting	45
Taula 39. Indicadors taxa de rendiment per assignatura de la doble tit. AdE/Màrqueting	50
Taula 40. Satisfacció graduats en el moment en què sol·liciten títol	61
Taula 41. Satisfacció graduats un any després de la seva graduació	61

Índex de Figures

Figura 1. Pàgina web del Grau en Màrqueting	14
Figura 2. Intranet per a estudiants i professorat -eCampus-	15
Figura 3. Intranet específica per a PDI i PAS	16
Figura 4. Intranet, apartat del Sistema d'Informació a la Direcció	19