

INFORME DE AUTOEVALUACIÓN

DATOS DEL TÍTULO

Número de expediente (RUCT):	4314184
Denominación Título:	Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales
Universidad responsable:	Universidad Camilo José Cela
Universidades participantes:	-
Centro en el que se imparte:	Centro de Educación Superior Instituto de Ciencias Empresariales IMF
Nº de créditos:	60
Idioma:	Español
Modalidad:	Virtual

INTRODUCCIÓN: La redacción de este apartado se realizará conforme a las indicaciones señaladas en la Guía de evaluación para la renovación de la acreditación:

El Informe de Autoevaluación del Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales es el resultado del proceso de reflexión, análisis y seguimiento desde su implantación en el Centro de Educación Superior Instituto de Ciencias Empresariales IMF (en adelante, IMFICE) hasta el momento de la elaboración del presente documento.

Ha sido elaborado por la Dirección del Título, en colaboración con el Área de Calidad, basándose en la información proporcionada por su Sistema Interno de Garantía de Calidad (SIGC) y de las evidencias recopiladas del programa.

Tras su elaboración, tanto el Informe de Autoevaluación como las Evidencias, se han compartido con la Junta de Centro y la Dirección de IMFICE.

El Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales se imparte en IMFICE, centro adscrito a la Universidad Camilo José Cela desde el curso académico 2021-2022. Este Máster es profesionalizante y tiene como objetivo preparar a los estudiantes para dominar las técnicas digitales avanzadas de promoción y comunicación en Internet.

Es un título de postgrado oficial, verificado por la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA) mediante informe favorable de 11/07/2013 sin recomendaciones. El título fue implantado en la UCJC en el curso 2013/2014.

No es hasta el 2021, tras diferentes modificaciones y la primera renovación de la acreditación del título, que se solicita la modificación del título donde se incorpora IMFICE y la modalidad virtual en el título, ya que, en este centro sólo se impartirá dicha modalidad.

El Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales obtuvo un informe de modificación favorable, con fecha 26/04/2021, con una oferta de 100 plazas de nuevo ingreso en la modalidad virtual para el centro de impartición IMFICE. Este informe no contiene recomendaciones. El título se implanta en el centro en el curso 2021-2022.

En el curso 2022, se llevó a cabo el proceso de seguimiento ordinario tras la renovación de la acreditación. Como el título en IMFICE se acababa de implantar en el centro, no aplicaba participar en dicho proceso.

La última modificación del título se ha realizado en 2023, obteniendo informe favorable con fecha 22/11/2023. Esta modificación tiene 2 propósitos: El primero de ellos implementar cambios en el título para su adaptación al RD 822/2021 y el segundo para solicitar un aumento de plazas de la

modalidad virtual para el Facultad de Comunicación de la UCJC. Por tanto, para el Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales impartido en IMFICE solo aplica la adaptación al RD 822/2021, que se implantará en el título en el curso 2024/2025. Este informe de modificación recoge 3 recomendaciones de especial seguimiento:

DIMENSIÓN 2. RESULTADOS DEL PROCESO DE FORMACIÓN Y DE APRENDIZAJE

- El Conocimiento CN7 tiene una pequeña errata; se debe cambiar “dentificar” por “identificar”

DIMENSIÓN 4. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

- Los resultados de aprendizaje de las asignaturas “Inglés especializado en marketing digital”, “Aspectos legales y jurídicos del marketing digital”, “Diseño y desarrollo web, html, lenguajes informáticos más usuales, gestión de contenidos”, “Comercio electrónico y desarrollo de tiendas online” no están totalmente alineados con sus contenidos. Deben revisarse.

DIMENSIÓN 6. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE: MATERIALES E INFRAESTRUCTURALES, PRÁCTICAS Y SERVICIOS

- Deben hacerse públicos convenios y compromisos firmados no sólo los genéricos y aplicables a diferentes titulaciones, sino también los específicos del máster que permitan llevar a cabo unas prácticas académicas externas alineadas con los resultados de aprendizaje previstos para las mismas.
- Asimismo, deberían aparecer también los convenios firmados por IMFICE (Centro adscrito).

Con respecto al título, específicamente para el centro IMFICE, tan sólo se recoge como recomendación que en la próxima modificación se deben incluir los convenios firmados de prácticas. La Dirección del Título y el Departamento de Desarrollo Profesional cuentan con una relación de los convenios que aplican al título, por lo tanto, es fácil subsanar esta recomendación. Dichos convenios se pueden consultar en la siguiente URL: [CONVENIOS](#).

Algunas de las dificultades encontradas durante la puesta en marcha y desarrollo del título en IMFICE han sido, la adaptación a la metodología y plataforma del Centro, al sistema de mensualización de las materias, aunque se resuelve positivamente, como se describe a continuación.

Asimismo, del análisis de los años que lleva implantado el título en el Centro, se pueden destacar como principales fortalezas de la titulación las siguientes: una metodología que se adapta a las necesidades de los alumnos de postgrado a partir de una plataforma de estudio secuencial, y un claustro de profesores con el doble perfil académico y profesional.

CUMPLIMIENTO DE LOS CRITERIOS

DIMENSIÓN 1. La gestión del título

CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

Estándar de Evaluación:

El programa está actualizado de acuerdo a los requerimientos de la disciplina y se ha implantado de acuerdo a las condiciones establecidas en la Memoria verificada y/o sus posteriores modificaciones.

1.1. La implantación del plan de estudios y la organización del programa son coherentes con el perfil de resultados de aprendizaje y objetivos del título recogidos en la Memoria de verificación y se aplica adecuadamente la normativa académica.

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

Justificación de la valoración:

El plan de estudios del Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales consta de 60 créditos que se reparten de la siguiente forma: 36 ECTS de las asignaturas obligatorias, 14 ECTS de Prácticas Externas y 10 ECTS de TFM.

Analizando las ediciones desde su puesta en marcha en IMFICE, consideramos que la implantación del título se ha realizado de manera efectiva. La organización del plan de estudios del Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales se ha realizado conforme a la memoria vigente (en adelante MV) aprobada por la FM+D el 26/04/2021. Los contenidos de las diferentes materias y las metodologías son coherentes con el perfil de egreso y las competencias de la MV. Esto queda evidenciado en las guías docentes de las materias (EV01). Asimismo, las Prácticas Externas (EV04.3) y el Trabajo Fin de Máster (en adelante TFM) y su evaluación (EV04.2.4) aseguran la adquisición de las competencias y la consecución de los resultados previstos.

La lengua en la que se imparte el título es castellano.

El máster se imparte en la modalidad a distancia / virtual en el centro IMFICE.

La estructura del plan de estudios implantado (materias, actividades formativas, sistemas de evaluación, etc.) es coherente con lo previsto en la MV. Debido a la adaptación a la plataforma y funcionamiento metodológico del Centro, se sigue una reorganización de las materias, pero manteniendo las actividades formativas, los resultados de aprendizaje, etc. La distribución de las materias y las actividades formativas definidas en cada una de ellas han permitido que los estudiantes adquieran los resultados de aprendizaje previstos, como se reflejan en las tasas de rendimiento superiores al 84% y las tasas de graduación superiores al 82% (Tabla 3B).

Las competencias reflejadas en las guías docentes se ajustan a la MV y corresponden al nivel formativo MECES III. Las materias que conforman el plan de estudios se han ofertado según lo previsto en la MV. Los estudiantes adquieren las competencias del título a través de las actividades formativas recogidas en el MV.

Las actividades formativas utilizadas en la modalidad a distancia / virtual han facilitado la adquisición, por parte de los estudiantes, de los resultados del aprendizaje previstos, creando así las condiciones óptimas para que los alumnos asimilen las competencias necesarias para enfrentar con éxito su futuro profesional, como se puede constatar en las evidencias presentadas (EV01).

Los sistemas de evaluación utilizados en la modalidad a distancia / virtual permiten verificar la adquisición de las competencias vinculadas a las materias y se aplicaron conforme a la MV (EV01).

Como consecuencia de la reorganización y adaptación al entorno provocado por la pandemia por COVID-19, los estudiantes fueron evaluados en las materias teórico-prácticas a través de un examen final online, y a través de la resolución de las actividades prácticas entregadas a través del campus virtual (EV04.1). Posteriormente a esta situación, el Centro comenzó a reorganizar de nuevo el sistema de pruebas presenciales, que coincidió con la comunicación de la Fundación de la nueva Guía de Acreditación, en la que se contempla la aceptación de los exámenes virtuales, en base a la Resolución de 6 de abril de 2021, de la Secretaría General de Universidades, y la reunión de la REACU del 17 de febrero de 2022.

El título contempla la realización de la materia “Prácticas Externas” (en adelante PE). Ésta se ha planificado según lo previsto en la MV y es adecuada para la adquisición de las competencias del título. Además, se han establecido mecanismos efectivos para que las PE puedan realizarse dentro del periodo contemplado en el plan de estudios y, por lo tanto, permiten finalizar la titulación en el plazo previsto. En la actualidad, la oferta de PE cumple adecuadamente la demanda del alumnado (EV010.1, EV010.2 y EV010.3).

El título contempla la realización de un Trabajo Fin de Máster. Este proyecto permite al estudiante aplicar todos los conocimientos y competencias adquiridas en las diferentes materias. Desde la Dirección del Título se establecen los mecanismos de coordinación del TFM y se asigna un docente responsable del seguimiento de los trabajos y que pone en marcha el seguimiento y la dirección del estudiante a lo largo de la elaboración de la memoria del TFM. Conforme a la MV y a la Normativa del TFM, la memoria del TFM de cada estudiante será evaluada por su tutor y autorizada para su defensa ante el tribunal (EV04.2.1, EV04.2.2 y EV04.2.3).

En todos los cursos académicos, desde su implantación, se ha respetado el número de plazas / grupos verificados, por tanto, el tamaño del grupo ha sido adecuado, creando los grupos de docencia necesarios. El desarrollo de las actividades formativas facilitó la consecución de los resultados de aprendizaje previstos en cada una de las materias.

La normativa de permanencia establecida por la Universidad Camilo José Cela se aplica correctamente y coincide con la establecida en la MV. La Dirección de la Titulación, el profesorado y el personal de administración y servicios velan por el cumplimiento de la normativa académica: procedimientos, plazos y gestiones y por el correcto desarrollo del programa.

Los sistemas de transferencia y reconocimiento de créditos de IMFICE responden a criterios normativos de la Universidad Camilo José Cela y se aplican de forma precisa y justificada en el título. En el curso 2022/2023, no hubo estudiantes que solicitaran el reconocimiento de las materias del máster (Tabla 5).

1.2. El título cuenta con mecanismos de coordinación docente (articulación horizontal y vertical) entre las diferentes materias/asignaturas que permiten tanto una adecuada asignación de la carga de trabajo del estudiante como una adecuada planificación temporal, asegurando la adquisición de los resultados de aprendizaje.

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

Justificación de la valoración:

Los mecanismos de coordinación docente del MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING DIGITAL, COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES garantizan la adecuación de la carga de trabajo de los alumnos, una óptima planificación temporal del programa y la adquisición de los resultados de aprendizaje, conforme a lo establecido en la MV (EV02).

Desde la implantación del máster, la Dirección del Título es el órgano unipersonal responsable de la coordinación docente del título.

Cada materia del programa que incluya más de un docente ya sea por corresponderles diferentes grupos o actividades formativas, se organiza como equipo docente y coordinado por uno de los profesores de la materia, se reúnen periódicamente para programar y coordinar las diferentes actividades formativas y de evaluación, realizar un seguimiento del aprendizaje de los alumnos, etc.

El Director Académico que desempeña la función general de coordinación entre todos los docentes. Asume la responsabilidad de la ordenación académica general. Deberá asegurar la coherencia entre los distintos planes docentes y el cumplimiento de los objetivos del máster. El Director Académico se responsabiliza de la planificación de los exámenes y la defensa de los TFM.

Asimismo, deberá velar por la adecuada carga docente y trabajo para el estudiante, así como coordinar los contenidos para que no existan solapamientos o lagunas. Analizará la programación temporal de las actividades formativas, atenderá a las sugerencias planteadas por los estudiantes a través de los delegados, etc. El director coordinará la elaboración de las guías docentes.

Las reuniones de Comisión Académica (coordinación docente), en las que participa el Director Académico y resto de docentes del título, tienen por objeto, realizar cambios en el profesorado (en caso de ser necesario), supervisar el seguimiento del programa formativo y la coherencia del mismo, atender a las sugerencias realizadas por los coordinadores de materia, analizar las solicitudes de matrícula de los estudiantes y aplicar los criterios de admisión definidos, realizar la propuesta de reconocimiento de créditos (en caso de existir) a la Comisión de Reconocimiento de créditos, y llevar a cabo cualquier actividad relacionada con la correcta implantación del título.

En el curso 2022/2023 se han realizado 3 reuniones de coordinación docente (EV02).

Para finalizar, es importante destacar como herramienta de coordinación docente, la implantación de la Plataforma Tecnológica (EV05). Esta herramienta permite hacer un seguimiento constante del progreso académico del estudiante a través de los informes de actividad.

Además, a través de la Plataforma Tecnológica, la Dirección puede comunicarse con los estudiantes y publicar avisos y notificaciones. Los estudiantes tienen acceso a toda la información y a las calificaciones en su propio portal.

En consecuencia, se entiende que la secuenciación de las actividades formativas, contenidos y sistemas de evaluación en cada una de las materias que conforman el plan de estudios del máster está perfectamente coordinada, evitando la existencia de vacíos y duplicidades y facilitando, con una carga de trabajo adecuada, la adquisición de las competencias por parte de los estudiantes.

Con respecto a la asignatura “Prácticas Externas”, existe un mecanismo de coordinación entre el tutor académico y el tutor de la empresa de prácticas que permite el seguimiento del estudiante de prácticas. Este mecanismo de coordinación permite detectar posibles problemas y solucionarlos (EV10.2).

La Dirección del Título, junto con el Departamento Corporativo de Desarrollo Profesional, asigna los tutores académicos de prácticas a los estudiantes.

Con respecto al TFM, al inicio de la asignatura, se propone un listado de temas para que el estudiante pueda elegir entre los mismos. El TFM tiene una estructura definida previamente que facilita el trabajo del Tutor ya que siguen el mismo esquema y misma base de marco teórico, ya que se centran en un estudio de caso concreto.

1.3. Los criterios de admisión aplicados permiten que los estudiantes tengan el perfil de ingreso adecuado para iniciar estos estudios y en su aplicación se respeta el número de plazas ofertadas en la Memoria verificada.

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

Justificación de la valoración:

El perfil de ingreso de los estudiantes del máster, tal y como se recoge en la MV, son graduados o licenciados en Comunicación, Periodismo, Publicidad, Relaciones Públicas y Comunicación Audiovisual, Marketing e Investigación de Mercados, Organización y Eventos, Administración y Dirección de Empresas, Economía e Ingeniería Industrial (rama organización de empresa).

Asimismo, podrán tener acceso titulados que acrediten previa y convenientemente poseer conocimientos en empresa y marketing de 24 créditos, como mínimo, estos méritos serán valorados por la Dirección del Máster, en caso de no poseer una de las titulaciones o los conocimientos indicados la candidatura será denegada, ya que no se han definido complementos formativos en la MV del título. En el curso 2022/2023 un estudiante accedió por esta vía (EV17)

Los criterios de admisión del Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales aseguran que los estudiantes tengan el nivel de conocimientos y habilidades necesario para el correcto seguimiento del programa. Su aplicación conforme a la MV permite que los estudiantes consigan las competencias definidas en la memoria de verificación en el tiempo previsto. Además, estos criterios son coherentes con el perfil de ingreso publicado y se ajustan a la legislación vigente (Tabla 04).

El estudiante que solicita ser admitido en el máster suele estar muy informado y motivado.

El proceso se desarrolla conforme a lo establecido en la MV. Como criterio general, el Centro acepta solicitudes de admisión a sus estudios oficiales desde cualquiera de las vías legalmente establecidas para el acceso a la Universidad, sin ningún tipo de discriminación por esta razón y sin establecer tampoco reserva alguna ni contingente limitador en función de una u otra vía.

Las personas interesadas en la admisión deben formalizar las solicitudes normalizadas correspondientes que son directamente accesibles en la web del Centro y pueden tramitarlas a través del Servicio de Información y Atención del Alumnado, si su solicitud de información es atendida por esta vía, o bien dirigirla directamente al Servicio de Gestión Académica de la Secretaría del Centro. En todo caso, las solicitudes recibidas se registran y archivan por parte de la Secretaría y su uso posterior se limita estrictamente a cuantificar los datos estadísticos de demanda de plazas reclamados por el sistema universitario.

Las solicitudes deben adjuntar la documentación acreditativa correspondiente a la vía de acceso a los estudios, así como la correspondiente a los datos personales y profesionales, si procede. La Secretaría del Centro es el órgano responsable de validar la documentación antes de proceder a la matriculación en los estudios y en ejercicio de dicha función, la Secretaría puede requerir del solicitante las acreditaciones complementarias que considere legalmente necesarias para la matriculación en los estudios.

Según la normativa establecida en el Centro, la Secretaría traslada a la Comisión de Admisiones del Centro únicamente las solicitudes que cumplen los requisitos legales para el acceso a los estudios. Dicha Comisión es el órgano responsable del proceso de admisión al Centro y está compuesta por el Decanato, que la preside, la Secretaría y las Direcciones de los estudios implantados en el Centro.

Las Direcciones de los estudios informan a la Comisión sobre las solicitudes presentadas a su programa y el Decanato procede a su resolución formal en virtud de dichos informes.

Las solicitudes de admisión se resuelven de oficio positivamente si se comprueba la disponibilidad de plazas en los estudios solicitados y se acreditan documentalmente los

requisitos legales correspondientes a la vía de acceso a los estudios por parte del solicitante. En ningún caso, por lo tanto, el orden cronológico de solicitudes constituye un criterio para la resolución de admisiones que altere o subvierta los principios de igualdad, mérito y capacidad en la selección (EV11).

En el caso de sobredemanda de plazas en el Máster Universitario se aplicará el siguiente criterio de admisión:

- Valoración del expediente académico (60%): donde se ponderará en función de la nota media del expediente académico
 - Nota media de Aprobado: 1 punto
 - Nota media de Notable: 2 puntos
 - Nota media de Sobresaliente: 3 puntos
 - Matrícula de Honor: 4 puntos
- Valoración del curriculum vitae (40%): se valorará haber realizado otros estudios universitarios, cursos de carácter académico relacionados con los contenidos del Máster, la práctica profesional, la realización de prácticas en el ámbito del título, y otros méritos vinculados a los objetivos del Máster.

Las solicitudes de admisión se resuelven de oficio negativamente en caso de indisponibilidad de plazas en los estudios solicitados, insuficiente o incompleta acreditación documental de la vía de acceso del solicitante, o manifiesta inadecuación del perfil del candidato al perfil recomendado de ingreso a los estudios.

De acuerdo con la normativa, la resolución positiva de la solicitud comporta la emisión de la Credencial de Admisión a los estudios solicitados en favor del alumnado solicitante. En este documento normalizado figuran los datos personales del solicitante, los estudios a los que ha sido admitido, el recordatorio sobre el perfil recomendado para su acceso, así como la relación de documentos que debe aportar para proceder a la matriculación. Con la Credencial de Admisión, la persona admitida recibirá la Propuesta de Matrícula correspondiente a sus estudios, en la que figuran las materias a cursar, su carácter (ordinario o reconocido), su coste (ordinario, reconocido o becado), así como toda la información necesaria para la liquidación económica.

Una vez constatada la liquidación de la Propuesta de Matrícula, el Servicio de Gestión Académica de la Secretaría procede a emitir y enviar la Matrícula correspondiente, que acredita a la persona admitida como alumno oficial de los estudios del Centro.

Toda la información sobre los requisitos y criterios de admisión es pública y fácilmente accesible desde en la página web del centro (<https://www.imf-formacion.com/proceso-de-admision-y-matricula>).

Desde la implantación del título, la demanda no ha superado el número total de plazas ofertadas (Tabla 03A). En el último curso académico, se matricularon 20 estudiantes de nuevo ingreso (tasa de cobertura = 20%).

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO:

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

El programa formativo del Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales está actualizado y se ha implantado en IMFICE conforme a las condiciones establecidas en la memoria, en su última modificación favorable.

La organización del programa es coherente con el perfil de competencias y las necesidades propias de los estudios de Máster, facilitando la adquisición de los resultados del aprendizaje de las materias.

Las guías docentes se revisan anualmente y recogen los aspectos definidos en las materias conforme a la memoria vigente (EV01).

Se aplica adecuadamente la normativa de permanencia y la normativa académica de IMFICE, conforme a la normativa de la Universidad Camilo José Cela.

Las Prácticas Externas y el Trabajo Fin de Máster están implantados y se desarrollan adecuadamente en el segundo semestre del Máster.

El sistema de transferencia y reconocimiento de créditos está definido y perfectamente implantado en IMFICE (Tabla 05). En el curso académico 2022/2023, no se solicitaron reconocimientos de créditos.

Los mecanismos de coordinación docente son adecuados y están implementados en el título, permitiendo la adecuada asignación de carga de trabajo al estudiante y evitando duplicidades o vacíos de contenidos. Su funcionamiento permite que los estudiantes adquieran las competencias del título (EV02).

Los criterios de admisión aplicados permiten que los estudiantes tengan el perfil de ingreso adecuado para iniciar estos estudios (Tabla 04 y EV11).

En las ediciones del título, se ha respetado el número de plazas ofertadas en la memoria vigente (Tabla 03A).

CRITERIO 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

Estándar de Evaluación:

La institución dispone de mecanismos para comunicar de manera adecuada a todos los grupos de interés las características del programa y de los procesos que garantizan su calidad.

2.1. La universidad pone a disposición de todos los grupos de interés información objetiva y suficiente sobre las características del título y sobre los procesos de gestión que garantizan su calidad.

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

Justificación de la valoración:

La página web del Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales es:

<https://www.imfice.es/mdigital/marketing-digital-comunicacion-y-redes-sociales/>

Esta página web es el canal de información que utiliza IMFICE para comunicar de manera adecuada a todos los grupos de interés las características del programa y de los procesos que garantizan su calidad.

Las claves de la web actual son la sencillez y la accesibilidad. Todo ello con el objetivo de ofrecer información clara, precisa, objetiva, actualizada y fácilmente accesible del Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales.

En su desarrollo, se han considerado las directrices establecidas por la FM+D.

IMFICE, a través de la página web del título, proporciona el acceso directo a toda la información básica del Título:

- Descripción del título
 - A.1. Denominación completa del título
 - A.2. Título conjunto
 - A.3. Centro responsable
 - A.4. Centros en los que se imparte en la Universidad
 - A.5. Curso académico de implantación del título
 - A.6. Modalidad de enseñanza
 - A.7. Número total de créditos ECTS
 - A.8. Número mínimo de ECTS por tipo de matrícula y curso
 - A.9. Normas de permanencia
 - A.10. Idioma de implantación del título
- Competencias
 - B.1. Competencias Básicas
 - B.2. Competencias Generales
 - B.3. Competencias Transversales
 - B.4. Competencias Específicas
- Acceso y admisión
 - C.1. Alumnado de nuevo ingreso
 - C.1.1. Vías y requisitos de acceso
 - C.1.2. Criterios de admisión
 - C.1.3. Plazas de nuevo ingreso
 - C.1.4. Pruebas de acceso especiales
 - C.1.5. Plazos de preinscripción
 - C.1.6. Períodos y requisitos de matriculación
 - C.1.7. Perfil recomendado de acceso
 - C.2. Transferencia y reconocimiento de créditos ECTS
 - C.2.1. Conceptos y normativa
 - C.2.2. Criterios de resolución
 - C.3. Adaptación desde otras enseñanzas
 - C.4. Cursos puente o de adaptación
- Planificación de las enseñanzas
 - D.1. Calendario de implantación del título
 - D.2. Plan de Estudios
 - D.2.1. Distribución de los créditos ECTS
 - D.2.2. Distribución de las materias
 - D.2.3. Distribución temporal
 - D.3. Competencias asociadas a las materias
 - D.4. Itinerarios
 - D.5. Guías docentes
 - D.5.1. Relación de guías docentes del Plan de estudios
 - D.5.2. Modalidad docente
 - D.5.3. Sistemas de evaluación
 - D.6. Intercambio
- Personal académico
 - E.1. Personal docente del título
- Medios materiales a disposición del título
- Garantía de la calidad
 - G.1. Sistema Interno de Garantía de la Calidad
 - G.2. Resultados y mejoras implantadas en el título
 - G.2.1. Resultados de satisfacción
 - G.2.2. Principales mejoras implantadas
 - G.3. Sistema de sugerencias, quejas y reclamaciones
 - G.4. Documentación oficial del título

La información pública del Máster se actualiza de manera constante y se publican todos los aspectos de actualidad referente al mismo.

Debemos destacar que toda la información relativa a guías docentes, actividades formativas y sistemas de evaluación se encuentra disponible para el estudiante, previamente a la

matriculación, de tal manera que el estudiante tiene conocimiento de toda la información académica, administrativa y económica de los estudios.

Además, cuando se matricula, al estudiante se le proporciona la información detallada sobre los horarios de las clases teóricas y prácticas de las materias, calendario de exámenes y otra información necesaria para el seguimiento del plan de estudios.

Asimismo, durante todo el curso, el estudiante tiene la información actualizada concerniente a sus estudios en la plataforma tecnológica, y, cuando se considera necesario, se envía mail a cada estudiante informándole de algún asunto o actividad relevante.

Tal y como se establece en la normativa interna, el Centro dispone de una Comisión de Calidad de Máster, responsable del análisis de la mejora de las titulaciones de máster y de la recopilación y análisis de la percepción y satisfacción de los diferentes Grupos de Interés relacionados. Las reuniones de esta Comisión se producen, al menos, al inicio y al final del curso académico. En la página web del título se dispone de información relacionada con los resultados del mismo y las acciones de mejora contempladas para el siguiente curso académico.

En el caso de la gestión y tratamiento de las reclamaciones, quejas y sugerencias, el SGIC del Centro dispone de procedimientos de quejas y sugerencias definido. Las personas que así lo deseen pueden ponerse en contacto con el servicio de calidad a través del acceso directo que figura en la página web: <https://www.imfice.es/mdigital/sistema-de-sugerencias-quejas-y-reclamaciones/>

Hasta la fecha, no se han recibido quejas o sugerencias de ningún agente de interés por esta vía, dado que el sistema de seguimiento al estudiante que posee el Centro hace que las mismas sean resueltas en el momento que un estudiante así lo ponga de manifiesto.

Se ha detectado que los estudiantes utilizan la mensajería del Aula Virtual y la relación con el tutor personal, con el profesor o con el director del título para manifestar cualquier disconformidad (se adjunta la EV03.2).

La página web del Máster contiene toda la información que puede ser relevante para los estudiantes y los distintos grupos de interés.

La Universidad Camilo José Cela, incluye, en su página web, un enlace específico a IMFICE como Centro Adscrito: [Instituto de Ciencias Empresariales - UCJC](#)

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA:

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

Toda la información necesaria para los futuros estudiantes y otros grupos de interés del sistema universitario está disponible en la página web del máster.

Los estudiantes, previamente a la matriculación disponen de toda la información relativa a la denominación de la titulación, vías de acceso al título y perfil de ingreso recomendado, estructura del Plan de Estudios (ECTS), idiomas, número de plazas y normativas aplicables.

También están disponibles las Guías Docentes del Máster para todas las materias, incluidas las Prácticas Externas y el Trabajo Fin de Máster. En cada una de ellas se recogen los ECTS, las competencias, las actividades formativas, los sistemas de evaluación con su ponderación, el profesorado, temario, bibliografía, etc.).

Asimismo, la página web del título cuenta con otra información de interés como, por ejemplo, la admisión, el reconocimiento de créditos, etc., que permite a los estudiantes realizar el adecuado seguimiento de los estudios. También se recoge el CV del profesorado del título.

Respecto al sistema de garantía de calidad de este título, el apartado web denominado “G.

Garantía de Calidad”, incluye toda la información, igualmente accesible, sobre los resultados y mejoras implantadas, el sistema de sugerencias, quejas y reclamaciones, así como la documentación oficial del título.

Del mismo modo, se encuentra publicada información relacionada con las características del programa formativo autorizado y del resultado de los procesos de evaluación y seguimiento del Título.

Está perfectamente implementado un sistema de sugerencias, quejas y reclamaciones en el centro, y en el título, a través de un correo electrónico, accesible desde la misma página web del título (EV03.2)

La Dirección del Máster es la responsable de que la información publicada esté actualizada y sea homogénea tanto en la web como en la plataforma tecnológica.

IMFICE dispone de mecanismos para comunicar de manera adecuada a todos los grupos de interés información objetiva y suficiente sobre las características del título y sobre los procesos de gestión que garantizan su calidad.

CRITERIO 3. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE CALIDAD (SIGC)

Estándar de Evaluación:

La institución dispone de un Sistema Interno de Garantía de la Calidad formalmente establecido e implementado que asegura, de forma eficaz, la mejora continua del título.

3.1. El SIGC dispone de un órgano responsable que analiza la información disponible del título para la toma de decisiones en el diseño, seguimiento, acreditación y mejora continua.

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

Justificación de la valoración:

El Centro de Educación Superior Instituto de Ciencias Empresariales IMF dispone de un Sistema Interno de Garantía de la Calidad (en adelante SIGC), que está implementado en el centro y desplegado en el título para asegurar su mejora continua.

El SIGC se establece con el fin de disponer de un sistema de calidad institucional que permita la mejora de la gestión y de los títulos que componen la oferta académica, así como la realización de su seguimiento correcto y útil, generando información cuantitativa y cualitativa significativa que posibilite la toma de decisiones que favorezcan tanto al buen desarrollo de los títulos como a la correcta gestión del Centro.

Constituye una herramienta imprescindible para la generación de indicadores, su análisis, la definición de acciones de mejora y la orientación hacia la mejora continua y la excelencia de la titulación. Sus procesos están definidos y representados en el Mapa de Procesos.

La estructura definida del SIGC de acuerdo con la Norma 05/2014, de 25 de abril, reguladora del Sistema Interno de Garantía de Calidad y a través de su Manual y la definición de los procesos/procedimientos que regirán su funcionamiento, así como sus correspondientes formatos de encuestas e informes, se alinean con lo recogido en el Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad y en el Real Decreto 640/2021, de 27 de julio, de creación, reconocimiento y autorización de universidades y centros universitarios, y acreditación institucional de centros universitarios.

Asimismo, su estructura y desarrollo se fundamenta en las directrices y requisitos establecidos en la norma UNE-EN ISO 9001:2015 “Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos” y los contenidos existentes en la UNE-EN ISO 9000:2015 “Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario”, así como la legislación y normativa, interna y externa, que afecte a la actividad propia del Centro.

El Manual de Calidad es el documento base del SIGC y tiene por objeto garantizar que los servicios y actividades, incluidas en el alcance, responden a los requisitos establecidos por los diferentes grupos de interés, los legales y los reglamentarios aplicables, a los que el Centro debe dar respuesta en base a los principios de gestión de la calidad:

- Enfoque al cliente
- Liderazgo
- Compromiso de las personas
- Enfoque a procesos
- Mejora
- Toma de decisiones basada en la evidencia
- Gestión de las relaciones

La revisión y seguimiento de cada título asegura la correcta implantación y despliegue del SIGC, y se articula a través de los siguientes mecanismos de coordinación, evaluación y toma decisiones:

- Comisiones de Calidad de los estudios de Grado y Máster.
- Junta de Centro.
- Área de Calidad.

A través de estos tres mecanismos se procede a la revisión y mejora de los Títulos y del Centro en su conjunto.

El SGIC vela porque toda la actividad formativa que se desarrolla en el Centro responda de manera efectiva a los intereses y necesidades de sus usuarios, así como por la mejora continua de dicha actividad.

Por otra parte, en el momento de la redacción de este informe, se está realizando una actualización, no finalizada, del SIGC, con los siguientes propósitos:

- Actualización de la estructura de procesos
- Incorporación del estudiante en la revisión de los procesos
- Actualización del Mapa de procesos
- Actualización del estilo del Manual de Calidad
- Propuesta para realizar las Comisiones de Calidad individuales, por título, no grupales de Máster y de Grado

Respecto al SIGC definido en la memoria verificada se hace constar que se ha seguido el del propio Centro, pero manteniendo informada en todo momento a la universidad. Esto es debido a que en su momento se detectó que el SGIC definido en la memoria no era eficaz para una institución como IMFICE, donde la oferta formativa es pequeña y la estructura también. Se decidió pues que fuera la Junta de Centro la que, inicialmente, actuara como Comisión de Calidad durante los primeros años de desarrollo del Centro y posteriormente se creó la Comisión de Calidad del Máster. Coincidiendo con el año de implantación del estudio, la Junta de Centro de IMFICE, reunida el día 29 de abril de 2021, aprobó la creación y composición de la Comisión de Calidad de Máster y el Reglamento de funcionamiento de dicha Comisión (EV03.1.1 y EV03.1.2).

Asimismo, se designaron los distintos miembros que la componen y se enviaron los nombramientos a cada uno de ellos. Esta Comisión está compuesta por representantes de los diferentes estamentos de la comunidad educativa: directores de estudios, profesorado, estudiantes, egresados y personal de administración y servicios. Esto permite llevar a cabo una labor de análisis y reflexión sobre los títulos oficiales de Máster en cuanto a: resultados de los estudios, grado de satisfacción, implantación del estudio, sugerencias y/o quejas recibidas y cualquier otro aspecto relacionado con la calidad de los títulos oficiales. La Comisión se reúne como mínimo 2 veces al año, previa convocatoria realizada por correo electrónico.

La Comisión de Calidad de Máster es el órgano encargado de la implantación del SIGC a nivel de titulación. Como responsable de la garantía de la calidad de la titulación, tiene asignadas, entre otras, las siguientes funciones y responsabilidades:

- Interpretar los objetivos de calidad de cada título y monitorizar su grado de consecución.
- Diseñar actuaciones de revisión y de mejora para cada título como consecuencia del análisis de los datos aportados por la Secretaría del Centro y el Área de Calidad, elevarlas a la Dirección del Centro para su aprobación y puesta en marcha y, en su caso, realizar su seguimiento.
- Implementar las medidas adecuadas para asegurar un conocimiento, por parte de todos los colectivos implicados y de los grupos de interés, de la Política y Objetivos de Calidad y de las actuaciones acordadas por las Comisiones de Calidad de los estudios de Grado y Máster.
- Establecer y analizar, junto al Área de Calidad, el catálogo de indicadores del Centro, entre los que deberán figurar los principales indicadores de rendimiento académico: la tasa de graduación, la tasa de abandono, la tasa de eficiencia, la tasa de rendimiento y la duración media de los estudios.
- Analizar los resultados de las encuestas de valoración de estudiantes y profesores sobre la actividad docente.
- Analizar los resultados de las encuestas de satisfacción de todos los grupos de interés (estudiantes, profesores, personal de administración y servicios y egresados).
- Analizar las sugerencias y quejas recibidas para proponer las acciones correctivas y/o preventivas derivadas de su análisis y valoración.
- Programar y acordar la periodicidad, el alcance y la duración de la realización de las encuestas de valoración de estudiantes y profesores sobre la actividad docente, de satisfacción de los grupos de interés y de todas aquellas actuaciones que se estimen pertinentes por parte de las Comisiones de Calidad de Grado y de Máster del Centro.
- Proponer, si fuese necesario, modificaciones en los planes de estudios, para su consideración por la Dirección, a fin de notificarlo a la Universidad Camilo José Cela.

La composición de la Comisión de Calidad de la Titulación será la siguiente:

- Director del Máster.
- Responsable de Calidad del Centro.
- Representante de los profesores que imparten docencia en el título.
- Representante de los estudiantes de la titulación.
- Representante del PAS.

Sus reuniones se celebrarán a lo largo del curso académico, al menos una al comienzo y otra al final del ciclo académico del título, con un seguimiento intermedio de los planes de mejora. Se recomienda que se realice la Comisión inicial a los dos primeros meses del inicio del curso y la Comisión final durante el último mes del ciclo académico. Las reuniones se celebrarán por convocatoria del presidente de la Comisión correspondiente. Las Comisiones podrán reunirse en convocatorias extraordinarias, si así lo estima conveniente el presidente correspondiente, o cuando lo soliciten tres de sus miembros.

Por tanto, la Comisión de Calidad del Máster es el órgano que participa en la planificación y seguimiento del SIGC, siendo uno de los vehículos de comunicación interna de la política, objetivos, planes, programas, responsabilidades y logros de este sistema. Así, la Dirección asegura el establecimiento de los canales y procesos de comunicación apropiados y que la comunicación se efectúa considerando la eficacia del Sistema Interno de Garantía de Calidad.

Además, esta Comisión de Calidad realiza el seguimiento interno del programa dando respuesta a las recomendaciones y advertencias indicadas en los informes de evaluación externa (verificación, seguimiento, futura acreditación).

En el curso 2022/2023, se ha realizado una reunión de la Comisión de Calidad de Máster, registrándose en el acta el orden del día y las decisiones adoptadas (EV03.1.3). En ella se revisan los resultados de satisfacción del curso 2021/2022 (EV03.3). De forma paralela se han tratado determinados temas sobre el seguimiento y calidad de la titulación en las reuniones de la Comisión Académica (coordinación docente, EV02.4). A continuación, se enumeran algunas

de las mejoras propuestas:

- Integración de Turnitin (control de plagio) en la plataforma virtual
- Actualización de los procesos del SIGC
- Actualización del Mapa de Procesos
- Actualización del Manual de Calidad del SIGC
- Aplicación de escala de valoración en las encuestas
- Ampliar muestra de encuestados empleadores y egresados
- Despliegue de las comisiones de calidad a nivel título
- Adaptación de la normativa y del SIGC a la legislación vigente

Al finalizar el año académico, se facilita a los directores de los estudios la información sobre los resultados de satisfacción del curso 2022/2023 (EV03.4.1 y EV03.4.2).

La información del máster, los principales indicadores y el seguimiento de las acciones de mejora se publican en la página web del título.

3.2. El SIGC implementado, para la gestión eficiente del título, dispone de procedimientos que garantizan la recogida de información objetiva y suficiente y de sus resultados y que facilitan la evaluación y mejora de la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje.

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

Justificación de la valoración:

El SIGC del Centro cuenta con los siguientes tipos de documentos:

- Manual de Calidad.
- Política y Objetivos de Calidad.
- Fichas de Procesos.
- Normas reguladoras del Centro.
- Guías, reglamentos y/o instrucciones técnicas, que complementarán a las normas reguladoras y a los procesos, en caso de considerarlo necesario. También podrán ser documentos de apoyo para el estudiante, profesor, etc. relacionados con alguno de los procesos o normativa del Centro

El SIGC es revisado, al menos, con periodicidad anual, por la dirección de Calidad y la Secretaría del Centro, y siempre que sea necesario incluir todas las correcciones y mejoras que surjan como consecuencia de su aplicación, incluyendo la Política y Objetivos de Calidad.

Uno de los procesos estratégicos del SIGC es, precisamente, el PE3- Medición, Análisis y Mejora Continua, cuyo objeto es garantizar que el Centro mide y analiza los resultados más significativos relativos al desempeño del propio SIGC y sus procesos, para la toma de decisiones, con el fin de mejorar continuamente la calidad de sus titulaciones y la gestión del Centro.

El SIGC implementado, para la gestión eficiente del Título, dispone de procesos definidos e implantados que garantizan la recogida de información objetiva y suficiente y de sus resultados, y que facilitan la evaluación y mejora de la calidad del proceso de enseñanza- aprendizaje.

El SIGC dispone, de procedimientos que facilitan la evaluación de la satisfacción de los estudiantes con el Máster (EV09 y Tabla 07).

Los cuestionarios implantados han sido los siguientes:

- Encuesta de satisfacción de materias teóricas.
- Satisfacción de los Estudiantes con las Prácticas Externas.
- Satisfacción de los Estudiantes con el Trabajo Fin de Máster.

- Encuesta Global del Estudio.
- Satisfacción del PDI.
- Satisfacción del PAS.

El Máster también cuenta con mecanismos efectivos para recoger las sugerencias y quejas que surgen en el desarrollo del programa. El canal establecido es el “Buzón de Sugerencias y Quejas” a través de un correo electrónico, accesible desde la misma página web del título. En el curso 2022/2023 no se han recibido incidencias (EV03.2).

Estos procedimientos están al servicio del Máster y permiten garantizar la recogida de datos e indicadores de forma continua, para mejorar la calidad de los procesos de enseñanza-aprendizaje.

La Dirección del Título evalúa la calidad de la actividad docente de su profesorado anualmente teniendo en cuenta la satisfacción de los estudiantes.

Estos resultados permiten a la Dirección del Centro la toma de decisiones objetiva sobre la contratación del profesorado para los siguientes cursos académicos.

En resumen, el Centro en general y el título en particular:

- Dispone de mecanismos que permiten obtener información sobre las necesidades y expectativas de los grupos de interés (Estudiantes, PDI y PAS) en relación con la calidad del servicio prestado (especialmente con la enseñanza), sobre los resultados del aprendizaje y sobre la percepción de los grupos de interés sobre el cumplimiento de los compromisos adoptados.
- Posee instrumentos para la recogida de la información acerca de los resultados obtenidos por los alumnos, su inserción laboral como egresados y la satisfacción con los servicios proporcionados.
- Ha definido cómo se realiza el control, revisión periódica y mejora continua, tanto de los resultados como de la fiabilidad de los datos obtenidos.
- Ha determinado la forma de introducir mejoras en los resultados.
- Ha establecido los procedimientos que regulan la toma de decisiones relacionadas con los resultados.
- Tiene identificada la forma en que los grupos de interés se implican en la medición, análisis y mejora de los resultados.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 3. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE CALIDAD (SIGC):

A	B	C	D	N.P.
---	----------	---	---	------

El SIGC se está implantando tanto en IMFICE como en el Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales.

La Comisión de Calidad de la Titulación es el órgano encargado de la implantación del Sistema Interno de Garantía de Calidad en el título.

En dicha comisión están representados todos los grupos de interés: Dirección del Título, Personal Docente, Personal de Administración y Servicios y Estudiantes.

La Comisión es la encargada de recoger información relevante sobre la gestión del título y sobre los resultados y la satisfacción de los distintos grupos de interés. Asimismo, analiza los indicadores de satisfacción y rendimiento para la mejora del título.

Los procedimientos implantados en IMFICE facilitan su despliegue en el Máster, para garantizar

la recogida de datos e indicadores de forma continua, y los resultados obtenidos permitirán mejorar la calidad de los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Como consecuencia del compromiso del Centro con la calidad, tanto de la formación que ofrece a sus estudiantes como de la gestión operativa que realiza, y con objeto de facilitar la transparencia y la rendición de cuentas, se publicará periódicamente en su página Web, la información más relevante sobre el funcionamiento del SIGC, incluyendo los resultados e información relevante de las titulaciones (informes, memorias, etc.), así como los datos cuantitativos más relevantes de todos ellos.

La información aparece en el apartado de garantía de calidad que se encuentra disponible para cada título en el apartado de “Estudios” de la propia página web del Centro.

DIMENSIÓN 2. Recursos

CRITERIO 4. PERSONAL ACADÉMICO

Estándar de Evaluación:

El personal académico que imparte docencia es suficiente y adecuado, de acuerdo con las características del título y el número de estudiantes.

4.1. El personal académico del título es suficiente, reúne el nivel de cualificación académica requerido para el título y dispone de la adecuada experiencia y calidad docente e investigadora.

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

Justificación de la valoración:

El perfil del claustro del Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales es un profesorado que combina la experiencia académica y profesional. Por tanto, algunos docentes son profesionales que trabajan actualmente en el área temática del máster.

En el curso actual, el número de profesores es suficiente y, en general, se ajusta a lo recogido en la MV. De los 7 profesores del máster, 3 son doctores acreditados, 5 son doctores incluyendo a los anteriores y 2 son licenciados. Por tanto, en el curso académico 2022/2023 el Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales contó con un 71% de doctores en su ordenación docente, cumpliendo lo establecido en el artículo 7.3 del Real Decreto 640/2021 (Tabla 01.B).

Al ser un máster profesionalizante, lo que se busca desde la Dirección del Título es estar en contacto con la realidad empresarial. Esto se logra a través de la contratación de profesionales que proporcionan al estudiante una visión realista de su futuro profesional.

Con respecto a los doctores acreditados, en la actualidad, el título cumple con el artículo 99.3 de la LOSU. En el curso académico 2022/2023, el 60% de su profesorado eran doctores acreditados.

Por tanto, el personal académico que imparte docencia en el Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales es suficiente y adecuado, de acuerdo con las características del título y el número de estudiantes. Asimismo, reúne el nivel de cualificación académica requerido y dispone de la adecuada experiencia y calidad docente y profesional, en consonancia con la naturaleza y competencias del máster (Tabla 01.B y EV16).

En las Encuestas de Satisfacción de los Estudiantes con la Actividad Docente del Profesorado (Tabla 07 y EV09) se evalúa el desarrollo del programa de la asignatura (media global igual o superior a 4,00 sobre 5) y el material didáctico (media igual o superior a 4,00 sobre 5) en el curso 2022/2023.

Respecto a las Prácticas Externas, la valoración global de los estudiantes manifestada en las encuestas de satisfacción alcanza un valor superior a 3,5 sobre 5 en el último curso evaluado, mejorando la valoración con respecto al año anterior, y situándose por encima de la media de la escala de valoración.

Respecto al TFM, la valoración global de los estudiantes manifestada en las encuestas de satisfacción alcanza un valor cercano a 4,00 sobre 5 (3,97) en el último curso evaluado, encontrándose por encima de la media.

Con un total de 7 profesores y 63 estudiantes en el máster durante el curso 2022/2023, la dedicación del profesorado se considera adecuada y la ratio estudiante / profesor garantiza la personalización y calidad de la enseñanza, favoreciendo la adquisición de las competencias.

La dirección de los TFM de los estudiantes en el curso 2022/2023 se ha llevado a cabo por 1 profesor con experiencia académica y profesional. Durante el curso académico se ofertan líneas de investigación para la realización del TFM a los alumnos en base al número de matriculados. En este curso, se ofertan 2 líneas: El Plan de Marketing Digital en el sector del automóvil y El Plan de Marketing Digital en el sector de la moda. Cada una de las líneas de investigación cuenta con un marco teórico y estructura común, lo que facilita un trabajo de economía de escala para el docente, pudiendo llevar con garantías un número de trabajos elevado. Adicionalmente, se reparten en 2 semestres del curso académico, por lo que cada bloque de alumnos es de aproximadamente 25 de manera simultánea.

Todo el profesorado del título cuenta con experiencia y formación en docencia virtual (EV07).

Todos los profesores son evaluados por los estudiantes, cuyos resultados son considerados por la Dirección del Título para emprender las acciones de mejora necesarias. Para la Dirección del Máster es muy importante que los profesores están implicados en la mejora continua del título.

4.2. En su caso, la universidad ha hecho efectivos los compromisos adquiridos en los diferentes procesos de evaluación del título respecto a la contratación y mejora de la cualificación docente e investigadora del profesorado y está realizando actuaciones dirigidas a dar cumplimiento a los requisitos previstos en la normativa vigente en relación con el personal docente e investigador.

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

Justificación de la valoración:

No aplica.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 4. PERSONAL ACADÉMICO:

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

La estructura del personal docente del Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales, así como su experiencia docente y profesional son adecuadas, suficientes y acordes a la memoria en el curso académico 2022/2023.

Con dicha estructura se cumplen los requisitos exigidos en el Real Decreto 640/2021 y el artículo 99 de la LOSU.

Los profesores tienen un nivel adecuado de cualificación, dedicación y experiencia.

La ratio estudiante / profesor es adecuada.

Existen acciones de formación docente en métodos de enseñanza y uso de las nuevas tecnologías en el periodo evaluado (EV07).

CRITERIO 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS Y SERVICIOS

Estándar de Evaluación:

El personal de apoyo, los recursos materiales y los servicios puestos a disposición del desarrollo del título son los adecuados en función de la naturaleza, modalidad del título, número de estudiantes matriculados y resultados de aprendizaje a adquirir por los mismos.

5.1. El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es suficiente y los servicios de orientación académica y profesional soportan adecuadamente el proceso de aprendizaje y facilitan la incorporación al mercado laboral.

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

Justificación de la valoración:

IMFICE cuenta con personal de apoyo suficiente y cualificado para el Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales. Este personal realiza funciones específicas de apoyo y soporte a la docencia, a la orientación académica, y a la organización y gestión de los recursos materiales e infraestructuras del título y del Centro.

El Personal Administrativo y de Servicios de IMFICE se estructura según se indica a continuación:

- Secretaria General
- Técnico Executive PAS
- Técnico Specialist PAS
- Técnico Specialist PAS

Por tanto, para el correcto funcionamiento y la adecuada atención a los estudiantes, IMFICE cuenta con el personal necesario y cualificado (EV08.2).

Al impartirse el título en modalidad virtual, el área de sistemas e IT presta un apoyo especial a los estudiantes y profesores.

En IMFICE, diferentes áreas de gestión están integradas dentro de IMF y dan soporte al Centro, permitiendo, a estudiantes y profesores, beneficiarse de otros servicios y recursos propios del Grupo IMF, que podrán ser compartidos como valor añadido para estos grupos de interés, como, por ejemplo, el área de Desarrollo Profesional, el área de IT, el área de Calidad, el área de Innovación Académica y el área de Servicios Generales.

La Dirección de IMFICE se preocupa por mantener formado a su personal de administración y servicios a través de cursos de actualización de conocimientos para la mejora de su desarrollo profesional.

El Área Corporativa de Desarrollo Profesional ha planificado y llevado a cabo acciones de orientación profesional para los estudiantes de los títulos que se imparten en el Centro.

5.2. Los recursos materiales se adecuan al número de estudiantes y a las actividades formativas programadas en el título en todos los centros o sedes que participan en la impartición del título.

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

Justificación de la valoración:

Las instalaciones con las que cuenta el IMFICE para desarrollar los estudios, se ubican en la Avenida de Manoteras, 20, 28050 Madrid (Complejo NEOS 20). Como Centro de educación superior en régimen no presencial, toda nuestra oferta académica es exclusivamente virtual, por lo que IMFICE no tiene que cumplir con los mismos requisitos establecidos para los centros de carácter presencial, si bien, para ofrecer un valor añadido al alumnado y al personal académico, las nuevas instalaciones están dotadas de todos los servicios que se incluyen en el RD640/2021.

Todas las instalaciones del Centro están adaptadas y adecuadas para que sea posible el acceso de personas con discapacidad y movilidad reducida, tal como exige la legislación vigente, ya que el Complejo dispone de diferentes rampas para el acceso al edificio, ascensores y baños adaptados.

El Centro dispone de 4 aulas, que cubren las necesidades de las enseñanzas virtuales del título con relación a la realización de las pruebas de evaluación final de las materias.

Todas las aulas están dotadas con:

- Mesas.
- Sillas.
- Recursos audiovisuales (pantalla, conexión a internet, webcam, wi-fi).

Los recursos materiales se adecuan al número de estudiantes y a las actividades formativas programadas en el título en sus diferentes modalidades.

Por tanto, los recursos materiales se adecuan al número de estudiantes y a las actividades formativas programadas en el título (EV08.1).

5.3. En su caso, los títulos impartidos con modalidad virtual/híbrido disponen de las infraestructuras tecnológicas y materiales didácticos asociados a ellas que permiten el desarrollo de las actividades formativas y adquirir las competencias del título.

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

Justificación de la valoración:

El Campus Virtual está soportado en una plataforma tecnológica de enseñanza que permite la creación, gestión y distribución de las actividades formativas a través de la Web. La plataforma que se utiliza para la docencia virtual es un Learning Content Management System (EV05).

La plataforma virtual está diseñada para ayudar a los estudiantes en la adquisición de las competencias del título y permite que el profesorado pueda realizar el correcto seguimiento del desarrollo de las materias por cada uno de los alumnos.

En la EV05 se recoge de forma desarrollada las características de usabilidad y las características técnicas de la plataforma tecnológica utilizada por el título para el desarrollo del programa.

La plataforma tecnológica se adecúa al número de estudiantes y a las actividades formativas programadas en el título en sus diferentes modalidades.

Todo esto se constata en la valoración de los estudiantes con el campus virtual, que presenta valores iguales o superiores a 3,50 (3,90) sobre 5 en el último curso académico evaluado.

5.4. En su caso, la universidad ha hecho efectivos los compromisos adquiridos en los

diferentes procesos de evaluación del título relativos al personal de apoyo que participa en las actividades formativas, a los recursos materiales, servicios de apoyo del título e instalaciones.

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

Justificación de la valoración:

No aplica.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS Y SERVICIOS:

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

El personal de apoyo al Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales es suficiente y adecuado, realizando funciones específicas de apoyo y soporte a la docencia, a la orientación académica, y a la organización y gestión de los recursos materiales e infraestructuras del título y del Centro.

El personal de administración y servicios, los recursos materiales y los servicios puestos a disposición para el desarrollo del Máster son los adecuados en función de la naturaleza, la modalidad de impartición del título, el número de estudiantes matriculados y las competencias a adquirir por los mismos.

El profesorado cuenta con los medios adecuados para impartir la docencia al disponer de una plataforma tecnológica accesible y amigable, así como del material necesario para transmitir los conocimientos de cada una de las materias, para el adecuado desarrollo de las materias del título.

IMFICE dispone de una plataforma tecnológica con capacidad para albergar a todos los estudiantes del Máster, con una alta usabilidad y con las medidas de seguridad adecuadas y suficientes para el desarrollo de las actividades formativas en la modalidad virtual.

Asimismo, dispone de aulas teóricas para el desarrollo de las actividades presenciales pertinentes.

Las infraestructuras disponibles del centro (aulas y su equipamiento, espacios de trabajo, biblioteca, etc.) se adecuan al tamaño y características de IMFICE, bien dotada tecnológicamente y con dotación de espacios modernos y suficientes a disposición de docentes y estudiantes.

La accesibilidad general a IMFICE es muy buena. No existen barreras arquitectónicas y las infraestructuras están actualizadas a los requerimientos del Real Decreto 640/2021. Este hecho se ha visto claramente mejorado con el traslado a la nueva sede en Manóteras, 20, ya que en la anterior ubicación (Costanilla de San Pedro, 2) las infraestructuras eran más antiguas y no correctamente accesibles, por lo que ahora se facilita el acceso en un grado mayor.

El equipamiento y recursos materiales propios son los necesarios para la adquisición de las competencias específicas de acuerdo al número de estudiantes matriculados y al perfil de egreso.

DIMENSIÓN 3. Resultados

CRITERIO 6. RESULTADOS

Estándar de Evaluación:

Los resultados de aprendizaje alcanzados por los titulados son coherentes con el perfil de egreso y se corresponden con el nivel del MECES (Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior) del título.

6.1. Las actividades formativas, sus metodologías docentes y los sistemas de evaluación empleados han permitido la adquisición de los resultados de aprendizaje previstos por parte de los estudiantes y corresponden al nivel de la titulación especificados en el MECES.

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

Justificación de la valoración:

En las materias que configuran el plan de estudios del Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales, la elección de las actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación se ha efectuado para garantizar la consecución de los resultados de aprendizaje previstos en el perfil de egreso y así contribuir a la adquisición de las competencias previstas en el título.

En la guía docente de cada materia se incluye toda la información significativa para el estudiante (EV01). Todas las guías son accesibles a través de las páginas web del máster.

Tal y como se contempla en la MV, las actividades formativas empleadas en las diferentes asignaturas consisten en: clases teóricas, clases prácticas, actividades participativas, trabajos académicos, prácticas externas y Trabajo Fin de Máster.

Más allá del estudio, reflexión y preparación de las materias que se exige a los estudiantes, las metodologías docentes utilizadas para alcanzar el perfil de egreso previsto son las videoconferencias, las conferencias, las tutorías individuales, los casos prácticos, los foros de debate y discusión, los ejercicios individuales, las memorias de prácticas y la dirección de Trabajo Fin de Máster.

Con todas ellas se ha conseguido involucrar a los estudiantes en su propio proceso de enseñanza-aprendizaje, participando en las actividades formativas de manera activa. La satisfacción de los estudiantes con el proceso formativo es igual o superior a 4,00 sobre 5 en el último curso evaluado (Tabla 07 y EV09).

Los sistemas de evaluación de las materias, que se recogen en la MV, son Evaluación de Contenidos Teóricos, Evaluación de Contenidos Prácticos, Evaluación de Actividades Participativas, Evaluación de Actividades Individuales, Evaluación de Prácticas Externas y Evaluación de Trabajo Fin de Máster, que han sido aplicados conforme a lo descrito.

Como consecuencia de la reorganización y adaptación al entorno provocado por la pandemia por COVID-19, los estudiantes fueron evaluados en las materias teórico-prácticas a través de un examen final online, y a través de la resolución de las actividades prácticas entregadas a través del campus virtual (EV04.1). Posteriormente a esta situación, el Centro comenzó a reorganizar de nuevo el sistema de pruebas presenciales, que coincidió con la comunicación de la Fundación de la nueva Guía de Acreditación, en la que se contempla la aceptación de los exámenes virtuales, en base a la Resolución de 6 de abril de 2021, de la Secretaría General de Universidades, y la reunión de la REACU del 17 de febrero de 2022.

El Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales tiene contemplado la realización de las prácticas externas. Esto ha permitido la adquisición de las competencias previstas en la memoria, así como vivir la experiencia profesional y conocer de primera mano su futuro en esta área.

Se constata la satisfacción de los estudiantes con el desarrollo de las practicas externas (valor igual o superior a 3,50 sobre 5 en el último curso evaluado).

Los resultados de aprendizaje también se alcanzan gracias a la elaboración del TFM, que requiere la integración de conocimientos de diferentes materias y su aplicación. El TFM aglutina los conocimientos y competencias adquiridos por el estudiante a lo largo del máster, y le permite demostrar que es capaz de aplicar e integrar los conocimientos adquiridos mediante la elaboración de una memoria de TFM y la capacidad de comunicar las ideas y resultados del TFM a través de la defensa ante un tribunal.

El Trabajo Fin de Máster se realiza en la fase final del plan de estudios. El estudiante es siempre guiado por su/s tutor/es. El despliegue temporal contempla la definición de temática, el alcance del trabajo y la contextualización del proyecto.

Se constata la satisfacción de los estudiantes con el desarrollo del TFM (valor igual o superior a 3,50 (3,90) sobre 5 en el último curso evaluado).

En conclusión, las actividades formativas, sus metodologías docentes y los sistemas de evaluación son los adecuados y han permitido la consecución de los resultados de aprendizaje previstos y se corresponden con el Nivel MECES 3 (Tabla 02).

6.2. La evolución de los principales datos e indicadores del título es adecuada con las previsiones del título y coherente con las características de los estudiantes de nuevo ingreso.

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

Justificación de la valoración:

La evolución de las tasas de graduación, eficiencia y abandono (Tabla 03.B) se acercan a las previsiones realizadas en la Memoria de Verificación (tasa de graduación 90%, tasa de abandono 5% y tasa de eficiencia 95%).

La tasa de graduación de la cohorte de entrada 2022/2023 es igual al 85%.

Estos datos indican que los sistemas de evaluación aplicados para valorar la adquisición de las competencias en las asignaturas discriminan conforme a los resultados de aprendizaje obtenidos por cada uno de los estudiantes.

Respecto a la tasa de abandono, en el curso 2022/2023 fue de un 5%. Estos datos están en consonancia con el valor previsto en la MV (5%). Los abandonos han sido debidos a diferentes causas, pero en general se deben a motivos de fuerza mayor (salud o familiares) y a motivos económicos.

La tasa de eficiencia es alta. En las dos únicas ediciones se sitúa dentro de los parámetros estimados en la MV (superior al 95%).

Las tasas de rendimiento, éxito y presentación se han mantenido estables en los últimos cursos académicos. La tasa de presentación oscila entre el 85,24% y 91,93%, la tasa de rendimiento, entre el 84% y el 91%, y la tasa de éxito, entre el 98,62% y el 99%.

En relación con la evolución de la tasa de cobertura, se presenta una tendencia decreciente en

el curso académico 2022/2023 (20%), con respecto al curso anterior, que alcanzó el valor de 89%.

Como se ha explicado a lo largo de este informe de autoevaluación, el SIGC garantiza el análisis de los resultados e impulsa la realización de actuaciones para la mejora continua del título.

6.3. La satisfacción de los estudiantes, del profesorado, de los egresados y de otros grupos de interés con el título es adecuada.

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

Justificación de la valoración:

Tal y como queda recogido en el SIGC, el Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales cuenta con indicadores de satisfacción de los estudiantes con:

- La docencia.
- La titulación.
- Las prácticas.
- El TFM.

También, cuenta con indicadores de satisfacción de:

- El profesorado del título.
- El personal de administración y servicios.

En el curso académico 2022/2023, la valoración global de los diferentes grupos de interés sobre el título es satisfactoria (EV09).

Respecto a la valoración docente (Tabla 07 y EV09), se han aplicado encuestas en cada materia. En el último curso evaluado, la satisfacción media de los estudiantes del Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales sobre el desarrollo del programa de la asignatura y el material didáctico ha sido igual o superior a 4,00 sobre 5.

La satisfacción global con el desarrollo de las diferentes materias y los resultados de aprendizaje conseguidos alcanza un valor igual o superior a 3,50 sobre 5 en el curso 2022/2023, en todas las materias evaluadas.

Respecto a las Prácticas Externas, la valoración global de los estudiantes manifestada en las encuestas de satisfacción alcanza un valor superior a 3,50 sobre 5 en el último curso evaluado.

Respecto al TFM, la valoración global de los estudiantes manifestada en las encuestas de satisfacción alcanza un valor superior a 3,50 sobre 5 en el último curso evaluado.

La satisfacción de los estudiantes con la titulación alcanza un valor superior a 3,50 sobre 5 en el curso académico 2022/2023.

En conjunto, todas las valoraciones del alumnado obtienen puntuaciones superiores a 3,50, lo que se considera adecuado puesto que se encuentra por encima de la media de la escala de valoración (3,00).

La satisfacción del profesorado con la titulación obtiene un resultado de 4,33 sobre 5 en el último curso evaluado.

La satisfacción del PAS con respecto a la titulación “Ítem: La información de la que dispongo sobre la titulación es suficiente” ha sido de 4,20 sobre 5 en el último curso evaluado.

Hasta el momento no se han realizado cuestionarios de satisfacción a empresas. A partir del curso 2023-2024 se ha establecido un plan de mejora, y, por medio de la implantación y afianzamiento del Área Corporativa de Desarrollo Profesional, se han comenzado a realizar estas encuestas a las empresas que acogen al alumnado en Prácticas.

No obstante, como en el 2023-2024 el estudio no ha sido puesto en marcha por falta de alumnos, tampoco podemos aportar datos desde dicha fecha, pero se tiene presente para los siguientes cursos académicos.

Se puede afirmar, de acuerdo con la evolución de estos indicadores, que el título logra los resultados de aprendizaje previstos y estos son coherentes con las características de los estudiantes de nuevo ingreso.

6.4. Los valores de los indicadores de inserción laboral de los egresados del título son adecuados al contexto socio-económico y profesional del título.

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

Justificación de la valoración:

IMFICE ha realizado un estudio recientemente para obtener indicadores de inserción laboral y satisfacción de egresados, en el primer año desde la primera promoción de egresados del Máster. No obstante, se obtiene una muestra poco representativa, por lo que se emplea dicho estudio como primera aproximación, de manera que, cuando se mande el siguiente estudio a finales del año académico 2024 (24 meses después del egreso), se haya establecido junto con el Área corporativa de Desarrollo Profesional un sistema de encuestas en el que se está trabajando para poder obtener más respuestas.

Se adjunta la encuesta vigente (EV06).

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 6. RESULTADOS:

A	B	C	D	N.P.
---	---	---	---	------

En las materias que configuran el plan de estudios de esta titulación, la elección de las actividades formativas, metodologías docentes y sistemas de evaluación se ha efectuado conforme a la MV.

Los resultados de aprendizaje previstos en la MV se han alcanzado y, en general, han sido óptimos (Tabla 2).

Tanto las Prácticas Externas como el Trabajo Fin de Máster permiten adquirir las competencias del título conforme a lo descrito en la MV.

En conclusión, los resultados en las materias que conforman el plan de estudios del título en el último curso académico y la distribución de las calificaciones obtenidas para las distintas materias por parte de los alumnos (Tabla 02), demuestran que las actividades formativas, sus metodologías docentes y los sistemas de evaluación son los adecuados, permiten la consecución de los resultados de aprendizaje previstos y corresponden al Nivel MECES 3.

La evolución de las tasas de graduación, eficiencia y abandono se acercan a las previsiones realizadas en la Memoria de Verificación (Tabla 03.A).

El Máster Universitario en Marketing Digital, Comunicación y Redes Sociales cuenta con indicadores de satisfacción para valorar el desarrollo del programa y los materiales didácticos de

las materias, las prácticas externas, el Trabajo Fin de Máster, la titulación o la inserción laboral, considerando los diferentes colectivos implicados en el título: estudiantes, profesores, personal de apoyo, y egresados. Los resultados de satisfacción de los diferentes grupos de interés del máster son satisfactorios (Tabla 07 y EV09).

Como ya se ha comentado anteriormente, el SGIC garantiza el análisis de los resultados e impulsa la realización de actuaciones para la mejora continua del título.
