

MÀSTER EN MÀRQUETING I INVESTIGACIÓ DE MERCATS

INFORME DE SEGUIMENT DEL CURS ACADÈMIC 2013-2014

Informe elaborat per: Santiago Forgas
Coordinador del màster

Informe revisat per: *Comissió de Qualitat del centre.*

Informe aprovat per: Comissió coordinadora del màster

Data: 26/01/2015

Sumari

1. PRESENTACIÓ	3
1.1. Fitxa identificativa de l'ensenyament	4
1.2 Tractament de les recomanacions dutes a terme per agències d'avaluació externes.	5
2. INFORMACIÓ PUBLICADA	5
2.1 Seguiment i actualització de la informació publicada	18
3. ANÀLISI VALORATIVA DE L'ENSENYAMENT	19
3.1. Dades sobre l'accés i matrícula	20
3.2. Orientació a l'estudiant	21
3.3. Planificació i gestió docent	21
3.4. Pràctiques externes	27
3.5. Mobilitat internacional	27
3.6. Treball fi de màster	27
3.7. Professorat	27
3.8. Gestió dels recursos materials i serveis	28
3.9. Resultats	31
3.9.1. <i>Queixes, reclamacions i suggeriments</i>	31
3.9.2. <i>Satisfacció de l'alumnat amb l'acció docent i la planificació d'assignatures</i>	32
3.9.3. <i>Rendiment acadèmic</i>	33
4. PROPOSTES DE MILLORA	35
4.1 Disseny, implementació i seguiment de les accions de millora	35
4.2 Propostes de millora que es deriven de la valoració que es fa del desplegament de la titulació, incloent-hi totes les propostes de modificació i pla de seguiment.	35
5. EL SISTEMA D'ASSEGURAMENT INTERN DE LA QUALITAT (SAIQU) COM A EINA PER AL SEGUIMENT DE LES TITULACIONS DEL CENTRE .	38
ANNEXOS	40

1. PRESENTACIÓ

Al curs 2013-2014, el Màster en Màrqueting i Investigació de Mercats s'imparteix a la Facultat d'Economia i Empresa de la Universitat de Barcelona juntament amb 17 titulacions oficials més (5 graus i 12 màsters), i 37 títols propis. En total la Facultat d'Economia i Empresa durant el curs 2013-14 va oferir 55 titulacions.

La presentació de la Facultat es pot trobar en el següent enllaç: <http://www.ub.edu/economiaempresa/queoferim/index/presentacio.htm>

I el conjunt d'oferta docent en el següent: <http://www.ub.edu/economiaempresa/>

Objectius de la titulació

El Màster Universitari en Màrqueting i Investigació de Mercats impartit a la Facultat d'Economia i Empresa de la Universitat de Barcelona (UB) té una doble funció: En primer lloc busca reemplaçar la Llicenciatura de Segon Cicle d'Investigació i Tècniques de Mercat (ITM) de la UB, estudi de pregrau a l'àmbit de l'empresa que es nodria principalment d'estudiants de la pròpia universitat i altres universitats de la resta d'Espanya; però també de postular-se com una oferta d'especialització professional i acadèmica avançada, oberta al món.

El Màster en Màrqueting i Investigació de Mercats té un alt grau d'interès acadèmic i professional, ja que les persones titulades en aquesta disciplina de màrqueting avançat són expertes en la gestió de les activitats que es vinculen l'àrea estratègica i comercial de les empreses, amb una bona especialització en les diverses activitats del màrqueting i, en concret, en les dos macro especialitzacions; Màrqueting pròpiament dit i Investigació de Mercats.

El principal objectiu del Màster és formar professionals amb una sòlida formació de màrqueting aplicable a qualsevol àmbit, tant de la tradicional empresa privada amb ànim de lucre, com a organitzacions públiques amb finalitats diverses i també a la pròpia projecció professional de les persones privades. El Màster en Màrqueting i Investigació de Mercats és un Màster acadèmic amb una important orientació cap al mercat laboral. Tot i que no es la seva principal finalitat, la sòlida formació aconseguida fa que els futurs titulats adquireixin també la formació suficient per poder integrar-se sense dificultats als estudis de tercer cicle (doctorat).

L'enfocament de competències del Màster es va dissenyar d'acord amb les orientacions del Reial Decret 1027/2011, de 15 de juliol de 2011, publicat al Butlletí Oficial de l'Estat el 3 d'agost de 2011. Aquest Decret, en l'article 7, conté una descripció dels resultats d'aprenentatge d'un Màster als quals es va ajustar el disseny de la proposta de Màster i que es poden resumir en els següents punts:

- Haver adquirit coneixements avançats i demostrant, en un context d'investigació científica i tecnològica o altament especialitzada, una comprensió detallada i fonamentada dels aspectes teòrics i pràctics i de la metodologia de treball del camp d'estudi.

- Saber aplicar i integrar els coneixements, la comprensió d'aquests, la seva fonamentació científica i les seves capacitats de resolució de problemes en entorns nous i definits de manera imprecisa, incloent contextos de caràcter multidisciplinari tant investigadors com professionals altament especialitzats.
- Saber avaluar i seleccionar la teoria científica adequada i la metodologia precisa del seu camp d'estudi per formular judicis a partir d'informació incompleta o limitada incloent, quan sigui precís, una reflexió sobre la responsabilitat social o ètica lligada a la solució que es proposi en cada cas.
- Ser capaços de predir i controlar l'evolució de situacions complexes mitjançant el desenvolupament de noves i innovadores metodologies de treball adaptades a l'àmbit professional o investigador concret en què es desenvolupi la seva activitat.
- Saber transmetre d'una manera clara i sense ambigüitats, a un públic especialitzat o no, resultats procedents de la investigació o de l'àmbit de la innovació més avançada, així com els fonaments més rellevants sobre els quals es sustenten.
- Haver desenvolupat l'autonomia suficient per participar en projectes de recerca i col·laboracions científiques o tecnològiques dins del seu àmbit temàtic.
- Ser capaços d'assumir la responsabilitat del seu propi desenvolupament professional i de la seva especialització en un o més camps d'estudi.

1.1. Fitxa identificativa de l'ensenyament

Dades bàsiques

- **Crèdits:** 60
- **Especialitats:** No n'hi ha.
- **Complements de formació:** Sí
- **Places:** 80
- **Llengua d'impartició:** Actualment el 100% en Espanyol (esta oberta la possibilitat de fer alguna assignatura en anglès)
- **Preu orientatiu:** 57 euros per crèdit (92 euros per a estudiants de fora de la UE i no residents a l'Estat espanyol). Preus del curs 2014-2015
- **Denominació del títol que s'obté:** Màster de Màrqueting i Investigació de Mercats
- **Centre de gestió:** Facultat d'Economia i Empresa
- **Coordinador:** Santiago Forgas Coll

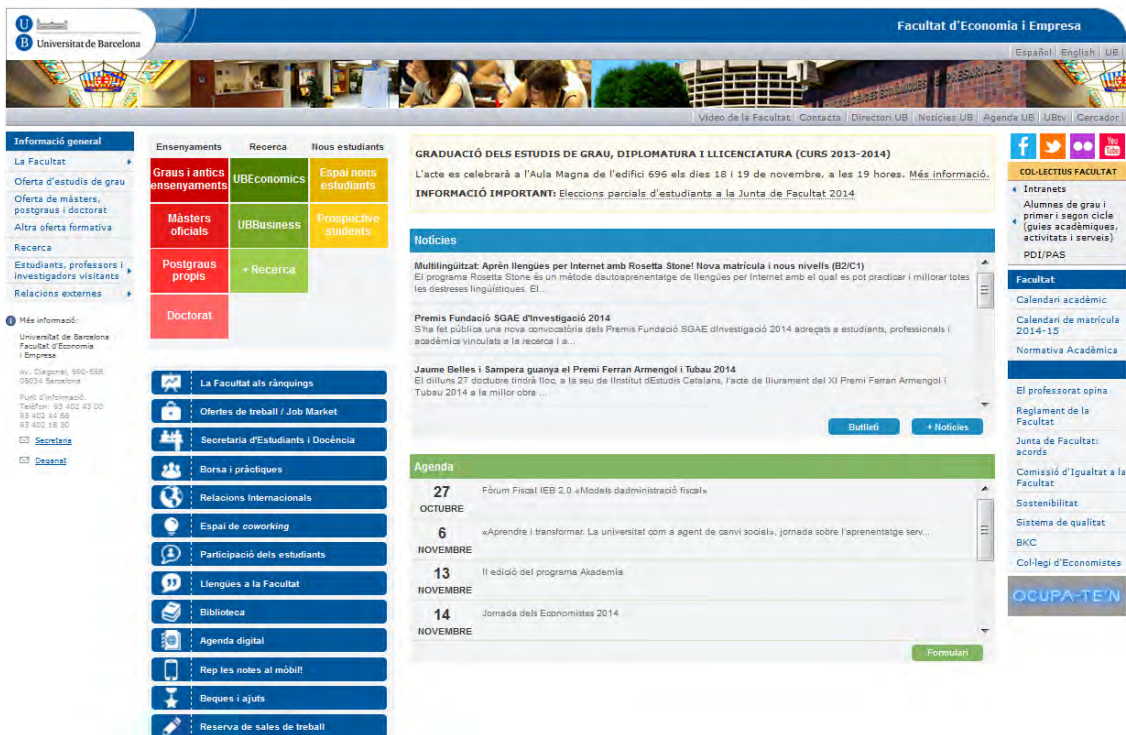
1.2 Tractament de les recomanacions dutes a terme per agències d'avaluació externes.

No es disposa de propostes d'actuació a desenvolupar ja que aquest ensenyament no ha estat avaluat per AQU en cap dels dos anys que es porten realitzant informes de seguiment.

2. INFORMACIÓ PUBLICADA

Al web del Centre

El Centre publica en el seu web (<http://www.ub.edu/economiaempresa>) tota la informació bàsica relacionada amb el desenvolupament operatiu del programa formatiu conjuntament amb els indicadors relacionats. Aquesta informació segueix els criteris generals d'estructura i continguts unificats per a totes les titulacions de la UB¹.



La informació pública s'ha estructurat d'una banda segons els grups d'interès a qui s'adreça i d'altra banda, amb la voluntat de fer visible l'estructura de la pròpia Facultat (organització, òrgans de govern, etc.) i la diversa oferta formativa que ofereix.

En el menú lateral esquerre, es troba la informació general referent a la Facultat. Aquests espais són gestionats, majoritàriament, pels serveis centrals de la UB. En concret, hi ha els següents apartats:

¹El desplegament d'alguns continguts informatius es farà a mesura que es vagin desenvolupant els ensenyaments.

- La Facultat: espai on s'especifiquen qüestions com la presentació de la Facultat, la seva organització (òrgans de govern, consells d'estudis, departaments, administració, biblioteca, serveis generals), usos lingüístics de la Facultat i com s'hi arriba.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/queoferim/index/presentacio.htm>

- Oferta d'estudis de grau, espai on es detalla l'oferta de la Facultat en aquests ensenyaments.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/queoferim/index/grau.htm>

- Oferta de màsters, postgraus i doctorat. En aquest tercer apartat es facilita informació sobre l'oferta de màsters universitaris, màsters i postgraus propis i els programes de doctorat que ofereix la Facultat.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/queoferim/index/postgrau.htm>

- Altra oferta formativa, en el quart apartat es detalla l'altra oferta formativa com, per exemple, els cursos d'extensió universitària relacionats amb l'activitat de la Facultat i els cursos de lliure elecció o amb reconeixement acadèmic que ofereix la Universitat de Barcelona i el propi Centre.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/queoferim/index/altraoferta.htm>

- Recerca. El cinquè apartat mostra informació relativa a l'activitat de recerca que es fa a la Facultat. Es detallen aspectes bàsics de la recerca com l'Espai de Recerca en Economia (ERE), Publicacions, Lectura de tesis, Grups de recerca consolidats, i altres grups de recerca i es donen els enllaços corresponents.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/queoferim/index/recerca.htm>

<http://www.ub.edu/economiaempresa/recerca/home.html>

- Estudiants, professors i investigadors visitants. En el sisè apartat es recull informació d'interès per a estudiants, professors i investigadors visitants

<http://www.ub.edu/economiaempresa/queoferim/index/temporals.htm>

- Relacions externes: En aquest apartat es troba informació sobre l'Àrea de Relacions Externes de la Facultat adreçada fonamentalment a institucions, empreses i professional i altres organismes i/o persones. Així, s'ofereix informació sobre pràctiques empresarials i borsa de treball de la Facultat, sobre l'Oficina de Relacions Internacionals que s'encarrega de la gestió dels Programes de Mobilitat Internacional de la Facultat, sobre el Consell Assessor Vicens Vives, consell creat amb la intenció d'apropar les empreses i organitzacions públiques a la vida diària de la Facultat i finalment informació sobre el Programa EUS (Empresa–Universitat–Societat).

<http://www.ub.edu/economiaempresa/queoferim/index/rexternes.htm>

En aquest espai també s'enllaça amb la informació relativa a les activitats dirigides als estudiants i centres de secundària.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/queoferim/index/secundaria.htm>

Finalment, també s'enllaça amb la pàgina web dedicada als antics alumnes de la Universitat de Barcelona, Alumni.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/queoferim/index/antics.htm>

- Més informació. Finalment, a la part de sota s'hi troba l'adreça de la Facultat i la bústia electrònica de la Secretaria i de Deganat.

Paral·lelament a aquest menú lateral esquerra apareixen tota una sèrie d'enllaços directes a aquella informació més rellevant adreçada als diferents col·lectius de la comunitat universitària.

D'una banda, i amb uns quadres de colors molt visibles, la informació referida a la diversa oferta formativa que ofereix la Facultat, així com la recerca i informació per a nous estudiants:

Ensenyaments:

- Graus i antics ensenyaments: informació més pràctica per al seguiment diari dels seus estudis (horaris, professorat, plans docents, exàmens...), així com tota la informació relativa als plans d'estudis

<http://www.ub.edu/economiaempresa/grau/>

- Màsters oficials: informació completa i pràctica per al seguiment de cada un dels màsters oficials (horaris, professorat, plans docents, exàmens...), així com tota la informació relativa al pla d'estudis, destinataris, requisits d'accés, preinscripció, matrícula, etc.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/index.html>

- Postgraus propis: aquest enllaç ens adreça al llistat de tota l'oferta formativa pel que fa a màsters i postgraus propis de la Facultat i a partir d'aquí a tota la informació concreta de cada un dels cursos: definició i estructura, accés, preinscripció, matrícula, preu, horaris, etc.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/masterpropi/>

- Doctorat: informació puntual que necessiten per iniciar el procés de matrícula i les classes.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/doctorat/index.html>

Recerca:

- UB Economics: Informació centralitzada i coordinada de tota la recerca d'excel·lència que es realitza a la Facultat en determinats àmbits de l'economia, amb l'objectiu de posicionar-la a nivell internacional

<http://www.ub.edu/ubeconomics/>

- UB Business: és una plataforma que centralitza i coordina la recerca en empresa de la Facultat d'Economia i Empresa. La seva missió és construir una reputació d'excel·lència internacional de recerca en les principals àrees de l'empresa: Estratègia i empenedoria, Tecnologia i direcció d'operacions, Comptabilitat, Finances, Màrqueting i Direcció general.

<http://www.ub.edu/ubbusiness/>

- +Recerca: Aquest apartat ens remet a l'espai destinat a facilitar informació sobre l'activitat de recerca que es fa a la Facultat i a la que ja ens hem referit anteriorment en aquest mateix informe.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/recerca/home.html>

Nous estudiants:

- Espai nous estudiants: informació descriptiva general, breu i sintètica amb referents per poder demanar més informació. Inclou l'enllaç a la web de Futurs estudiants de la Universitat de Barcelona.

http://www.ub.edu/economiaempresa/nous_estudiants/

http://www.ub.edu/web/ub/ca/estudis/estudiar_UB/futurs_estudiants/futurs_estudiants.html

- Prospective students: informació destinada als estudiants internacionals amb interès en finalitzar o completar els seus estudis a la Facultat.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/relint/web/estudiants-internacionals>

D'altra banda, sota els quadres de colors, s'han habilitat tota una sèries d'accessos directes a informació, àrees de gestió o aplicatius informàtics que són d'especial interès per als membres de la Facultat i també per a futurs usuaris:

- La Facultat als rànquings: en aquest espai es fa un posicionament de la Facultat d'Economia i Empresa en els rànquings segons els comparadors internacionals més importants.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/ranquing/>

- Ofertes de treball: en aquest espai s'informa de les ofertes de treball, tant pel que fa a l'àmbit de gestió i l'administratiu com en el àmbit acadèmic (Job Market).

<http://www.ub.edu/economiaempresa/jobmarket/welcome.html>

- Secretaria d'estudiants i docència (SED): enllaç a la pàgina principal de la SED on hi ha el recull de la informació administrativa general tant per a l'estudiant com per al

professorat. A més a més de trobar dades generals d'ubicació, horari d'atenció al públic, telèfons, persona responsable i el directori organitzatiu.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/secretaria/>

- Borsa i pràctiques: Enllaç directe amb l'Àrea de Relacions Externes de la Facultat on hi ha informació d'interès adreçada tant a les empreses i institucions com als alumnes. També hi ha la informació sobre el programa EUS (Empresa-Universitat-Societat)

<http://www.ub.edu/are/>

- Relacions internacionals: Enllaç directe a l'Oficina de Relacions Internacionals de la Facultat, on es detalla tota la informació relativa als Programes de Mobilitat Internacional de la Facultat. Aquesta informació va dirigida especialment als alumnes, però també al PDI i PAS.

http://www.ub.edu/economiaempresa/relint/web/?page_id=5&lang=ca

- Espai de *coworking*: Nou espai de cotreball destinat a estudiants i joves graduats que estiguin treballant amb projectes de caràcter emprenedor.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/butlleti/publicacio/?p=9792>

- Participació dels estudiants: informació sobre la representació del col·lectiu dels estudiants en els òrgans de govern de la universitat així com altres tipus de participació.

http://www.ub.edu/economiaempresa/representacio_estudiants/welcome.html

- Llengües a la Facultat: en aquest espai es dona informació sobre els ensenyaments que ofereixen cursar assignatures en llengua anglesa, els graus amb assignatures específiques orientades a l'aprenentatge de terceres llengües i el portal de recursos per a la redacció de textos acadèmics, aprenentatge del català o informació sobre la llengua de la docència.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/llengues/welcome.html>

- Biblioteca: enllaç directe a la Biblioteca UB

<http://www.bib.ub.edu/>

- Agenda digital: Amb la finalitat de poder realitzar una millor planificació i coordinació en el calendari de les proves i activitats que han de realitzar al llarg dels semestres els estudiants de grau i màsters oficials, s'ha creat aquesta agenda digital. Des d'aquest espai el professorat pot introduir les seves activitats i visualitzar el calendari d'activitats o proves d'altres grups i assignatures.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/agenda-digital/>

- Rep les notes al mòbil: aquest enllaç ens envia directament a la pàgina on s'informa d'aquest nou servei i on es donen les indicacions per baixar els aplicatius corresponents.

http://www.ub.edu/noticies/cgi/event.pl?id=57626¬iciaub=MONUB?utm_source=facultats&utm_medium=banner&utm_campaign=ubappfebrer2014

- Beques i ajuts: En aquest espai es fan públiques totes les convocatòries de beques de col·laboració que s'ofereixen des de la Facultat ja siguin per motius de recerca o docència. En concret, s'ofereix informació sobre les bases de la convocatòria, imprès de sol·licitud, model de currículum, entre d'altres.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/beques/>

- Reserva de sales de treball: L'objectiu d'aquest servei és facilitar als estudiants de la Facultat l'ús i la reserva de les sales de treball disponibles, perquè puguin gaudir d'un espai per fer-hi treballs en grup. En aquest espai és troba l'horari, la normativa d'ús i el procediment de reserva que es pot fer *on-line* des d'aquesta mateixa pàgina.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/reservaespais/>

- Lloguer d'espais: a través d'aquesta pàgina es fa una descripció completa de tots els espais que disposa la Facultat tant a nivell d'aules de docència com d'altres espais institucionals (Aules Mages, Sales de Junes, Sala de videoconferències, etc.). En aquestes pàgines s'informa de la capacitat de cada una de les aules així com l'equipament tècnic i audiovisual de que disposa. Hi ha també informació fotogràfica de cada un dels espais. L'objectiu és facilitar una informació completa per tal d'oferir aquests espais per al lloguer a entitats o institucions externes.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/espais/index.html>

La part central de la web és la que hi ha destinada a donar informació de l'actualitat de la Facultat, de la Universitat i altres informacions que puguin ser d'interès per als diferents col·lectius. Així doncs, la part superior està destinada a visualitzar aquelles darreres informacions que són d'especial interès en un moment determinat: calendaris de matrícula, comunicats de Deganat, etc.

Sota d'aquests destacats, apareix l'espai destinat a les notícies d'actualitat d'interès. Aquestes notícies poden ser consultades en qualsevol moment atès que es guarden en un històric. En aquest mateix espai hi ha l'enllaç a:

- El butlletí: La Facultat d'Economia i Empresa disposa d'un butlletí mensual *on-line*, on s'especifiquen les properes activitats que es duran a terme a la Facultat, les activitats realitzades, informació sobre beques i ajuts, els acords de la Junta de Facultat, les

notícies més destacades, les publicacions científiques dels professors de la facultat, les tesis llegides i l'opinió del professorat a la premsa. Així mateix, cada butlletí compta amb varis reportatges sobre esdeveniments de la Facultat.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/butlleti/>

A continuació d'aquest espai, hi ha la part destinada a l'Agenda on s'informa de les activitats organitzades, pròpies i externes, i que poden ser d'interès (conferències, fòrums, sessions informatives, cursos, etc.). Es disposa d'un formulari *on-line* per a que els membres de la Facultat puguin comunicar les activitats que es realitzen i de les que es volen donar publicitat, per tal que l'àrea de comunicació de la Facultat les processi.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/apps/agenda/index.php>

A la part dreta de la pàgina web hi ha un menú amb accessos directes a altres punts d'interès. Així destacaríem:

- Intranets: es dona accés als espais personals del professorat, personal d'administració i serveis i estudiants.
- Alumnes de grau i primer i segon cicle: des d'aquest espai s'accedeix, per una altre via, a les planificacions acadèmiques dels ensenyaments que ofereix la Facultat (grau/diplomatures/licenciatures), així com a altres àrees i serveis que també tenen accés des d'altres enllaços al web. Destaca l'accés a l'espai destinat al Pla d'Acció Tutorial (PAT):
- Pla d'Acció Tutorial: es faciliten totes les dades relatives al PAT de la Facultat, quins són els seus objectius i la informació concreta a cada curs acadèmic. En aquesta pàgina s'indiquen els grups de tutoria de cada ensenyament, el professor-tutor assignat i també l'alumne-tutor de cada grup, en el marc de la Tutoria entre iguals. Es donen també les instruccions per l'accés al Campus Virtual, eina de comunicació utilitzada en el PAT.

http://www.ub.edu/economiaempresa/atencio_est/pat.html

Altres accessos d'interès que apareixen en el menú lateral dret son:

- Calendari acadèmic: enllaç al calendari del curs actual. També apareixen els calendaris de cursos anteriors.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/secretaria/info/calendari.htm>

- Calendari de matrícula: enllaç al calendari de matrícula del curs. La informació d'aquest enllaç es va actualitzant en funció el moment del curs en que ens trobem.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/secretaria/matricula/calendari.htm>

- Normativa acadèmica: enllaç a la pàgina on es detallen les normatives de més interès per a estudiants i professorat, tant de caràcter general de la Universitat de Barcelona, com les pròpies de la Facultat. També es dona accés a les memòries verifica i als informes de seguiment dels ensenyaments (grau i màster).

<http://www.ub.edu/economiaempresa/academica/>

- El professorat opina. Espai on es recullen les referències dels articles publicats del professorat als diferents mitjans de comunicació.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/professors/>

- Reglament de la Facultat. Obre el document del reglament de la Facultat.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/org/pdf/Reglament.pdf>

- Junta de Facultat: acords. S'especifiquen els principals acords establerts en les successives Juntes de Facultat.

http://www.ub.edu/economiaempresa/org/govern/junta_acords.htm

- Comissió d'igualtat de la Facultat. En aquest espai es dona informació sobre aquesta Comissió (presentació i objectius, protocol de prevenció de l'assetjament sexual, estadístiques de la Facultat, cursos i seminaris, pla d'igualtat, llenguatge no sexista, enllaços d'interès i notícies).

<http://www.ub.edu/economiaempresa/genere/>

- Sostenibilitat: Aquest espai vol servir per informar de la despesa a la Facultat d'Economia i Empresa. Trimestralment, es penja un informe elaborat per l'Oficina de Seguretat, Salut i Medi Ambient (OSSMA) on es presenta l'evolució del consum dels dos edificis que conformen la Facultat.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/sostenibilitat/>

- Sistema de qualitat. Aquest enllaç ofereix informació sobre el sistema de qualitat implantat a la Facultat. Dins d'aquest apartat es troba la presentació, el document de política i objectius de qualitat del centre, abast del sistema d'assegurament intern de la qualitat del programa formatiu (SAIQU), gestió de processos i informació sobre la comissió de qualitat. També en aquest apartat de es publica informació completa relacionada amb els indicadors de tots els seus ensenyaments oficials.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/qualitat/>

També s'ofereixen dos informes, un sobre el perfil dels estudiants als quatre graus que ofereix la Facultat al curs 2011-12 i un altre sobre el nivell d'inserció dels titulats de la Facultat, entre ells els diplomats en estadística.

http://www.ub.edu/economiaempresa/qualitat/documents/perfil_estudiants_graus_2010-2011.pdf

http://www.ub.edu/economiaempresa/qualitat/documents/insercio_laboral_FE.pdf



B Universitat de Barcelona

- BKC, *Barcelona Knowledge Campus*. Enllaç directe al *Barcelona Knowledge Campus*, Campus d'excel·lència Internacional.

<http://bkc.ub.upc.edu/>

- Collegi d'Economistes: enllaç directe a la pàgina web del Col·legi d'Economistes de Catalunya.

<http://www.coleconomistes.cat/Paginas/Ficha.aspx?IdMenu=A2238BD0-3048-4D9D-AB8C-C91C6FDFD475>

Finalment, a la part superior de la web hi apareixen els diferents mecanismes de interacció de la Facultat amb tota la comunitat universitària a través de les principals xarxes socials com són Facebook, Twitter, Flickr, Youtube:

- Facebook: <http://www.facebook.com/economiaempresaub>
- Twitter: <http://twitter.com/#!/UBFacEcoiEmpres>
- Flickr: <http://www.flickr.com/photos/economiaempresa/>
- Youtube: <http://www.youtube.com/user/feeub>

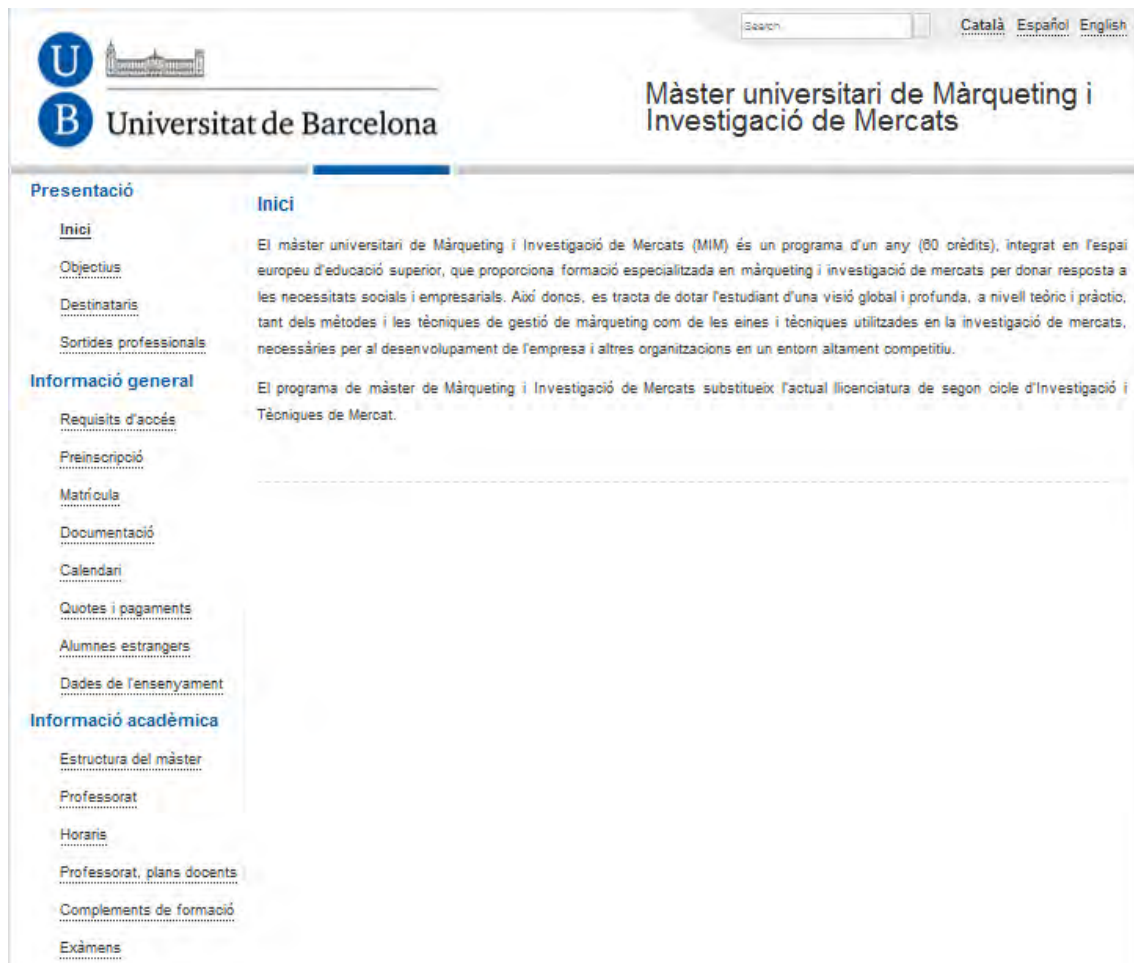
Al web de l'ensenyament

En aquesta secció s'inclou la llista d'enllaços web de la informació pública sobre el desenvolupament operatiu del màster en Màrqueting i Investigació de Mercats (planificació operativa del pla d'estudis i els indicadors de funcionament).

La informació pública s'ha estructurat de la manera següent :

- Futurs estudiants: informació descriptiva general on s'inclou: Objectius i competències, Requisits d'accés, Preinscripció, Pla d'estudis, Beques i ajuts.
- Informació General: Calendari de matrícula, Calendari acadèmic, Queixes, reclamacions i suggeriments.
- Informació Acadèmica: Plans docents, Horaris, Professorat, Accions de suport i orientació, Pràctiques en empreses/institucions, Mobilitat i Treball final de màster.
- Sistema de Qualitat: presentació, indicadors, normatives
- Racó de l'estudiant: llistat d'admesos. Serveis, avisos i notícies, àrea privada

Tota aquesta informació es materialitza a la web de l'ensenyament segons la següent estructura i enllaços que apareixen en el menú lateral esquerra:



Màster universitari de Màrqueting i Investigació de Mercats

Presentació

- Inici**
- Objectius
- Destinataris
- Sortides professionals

Informació general

- Requisits d'accés
- Preinscripció
- Matrícula
- Documentació
- Calendari
- Quotes i pagaments
- Alumnes estrangers
- Dades de l'ensenyament

Informació acadèmica

- Estructura del màster
- Professorat
- Horaris
- Professorat, plans docents
- Complements de formació
- Exàmens

Inici

El màster universitari de Màrqueting i Investigació de Mercats (MIM) és un programa d'un any (80 crèdits), integrat en l'espai europeu d'educació superior, que proporciona formació especialitzada en màrqueting i investigació de mercats per donar resposta a les necessitats socials i empresarials. Així doncs, es tracta de dotar l'estudiant d'una visió global i profunda, a nivell teòric i pràctic, tant dels mètodes i les tècniques de gestió de màrqueting com de les eines i tècniques utilitzades en la investigació de mercats, necessàries per al desenvolupament de l'empresa i altres organitzacions en un entorn altament competitiu.

El programa de màster de Màrqueting i Investigació de Mercats substitueix l'actual llicenciatura de segon cicle d'Investigació i Tècniques de Mercat.

Presentació: en aquest apartat es dona resposta a la pròpia definició del màster en quan a objectius, formació i destinataris.

- **Inici:** presentació concisa i general del màster.
<http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/>
- **Objectius:** en aquest espai es defineixen amb més exactitud els objectius que persegueix el màster així com les competències bàsiques i específiques que s'han d'assolir per aconseguir aquests objectius.
http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=30
- **Destinataris:** es defineix el perfil recomanat de l'estudiant que pot accedir a aquest màster així com els complements de formació que seran necessaris segons la seva procedència.
http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=20
- **Sortides Professionals:** Pàgina en construcció
http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=504

Informació general: enllaços a la informació necessària, prèvia a la matrícula i al propi desenvolupament del màster.

- Requisits d'accés: s'especifiquen els requisits d'accés al màster així com els criteris de selecció i admissió amb la seva ponderació, i el reconeixement d'estudis previs.

http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=36

- Preinscripció: informació sobre el procediment, les taxes i els períodes de preinscripció establerts.

http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=32

- Matrícula: informació sobre el procediment de matrícula, documentació necessària, pagament, ajuts i beques i reconeixement i transferència de crèdits.

http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=28

- Documentació: informació sobre la documentació necessària per valorar la idoneïtat dels candidats.

http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=22

- Calendari: publicació del calendari acadèmic del curs: docència, avaluacions, festius, etc.

http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=930

- Quotes i pagaments: informació sobre el pagament de la matrícula, quotes, taxes, pagament a terminis, etc.

http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=432

- Alumnes estrangers: informació d'interès per als estudiants estrangers que han obtingut l'admissió al màster com per exemple la legalització de la documentació.

http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=16

- Dades de l'ensenyament: En aquest enllaç es dóna accés a l'Agència de polítiques i de qualitat on es poden consultar les dades i indicadors dels màsters de la facultat del curs 2012-2013.

<http://www.ub.edu/agenciaqualitat/centresub/economia-i-empresa>

Informació acadèmica: enllaços a tota la informació necessària relativa al desenvolupament del màster en el seu dia a dia.

- Estructura del màster: característiques bàsiques del pla d'estudis, assignatures obligatòries, optatives, crèdits, etc.

http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=24

- Professorat: Pàgina en construcció

http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=34

- Horaris: es faciliten els quadres horaris de les assignatures a cada semestre.
http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=26
- Professorat, plans docents: en aquest enllaç es dona accés a la fitxa de cada una de les assignatures on apareix l'horari, el professor de l'assignatura, l'idioma en que s'imparteix i l'aula assignada. També dona accés al pla docent de l'assignatura i al seu Campus Virtual.
<http://www.ub.edu/grad/infes/fitxaInfe.jsp?n0=I&n1=0&n2=1&curs=2014&ens=MD504>
- Complements de formació: En aquest apartat es troba tota la informació en relació a les assignatures que s'ofereixen com a complements de formació: horari, professorat, idioma, aula assignada, etc.
<http://www.ub.edu/grad/infes/fitxaInfe.jsp>
- Exàmens: Enllaç al calendari d'exàmens.
http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=510
- Conferències: Enllaç al calendari del cicle de conferències "L'empresa a la Universitat" organitzades pel màster.
http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=508
- Treball final de màster: Enllaç a la pàgina on es facilita la informació relativa als treballs fi de màster com les guies, professorat, calendaris de presentació, etc.
http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=403

Coordinació del màster: enllaços que ens dirigeixen cap als responsables de la coordinació tant a nivell unipersonal com a nivell col·legiat.

- Coordinador del màster: enllaç de contacte amb el coordinador del màster.
http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=18
- Comissió de coordinació: enllaç on s'informa dels membres que componen la Comissió de coordinació del màster.
http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=10

Racó de l'estudiant: informació d'interès per a l'estudiant, fora del que es refereix estrictament a l'aspecte acadèmic i docent.

- Beques i ajuts: informació que fa referència a les diverses beques convocades adreçades als estudiants.
http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=444
- Llistat d'admesos: en aquest enllaç s'informa dels admesos en el màster en els diferents períodes de preinscripció.

http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=12

- Avisos i notícies: espai per a la comunicació d'avisos o notícies d'interès.

http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=6

Cal assenyalar que la pràctica totalitat de la informació és accessible també en la seva traducció als idiomes espanyol i anglès.

2.1 Seguiment i actualització de la informació publicada

El sistema d'assegurament de la qualitat (SAIQU) introdueix els mecanismes per assegurar que la informació disponible sigui correcta i que s'actualitzi amb la freqüència adequada. A tal efecte a tots els apartats del web s'indica la data de la darrera actualització.

La Facultat d'Economia i Empresa disposa d'un administrador de la web del centre que té la funció de fer el seguiment i d'actualitzar la informació referent a la Facultat i als diferents ensenyaments de Grau i de Màster.

La funció del coordinador del Màster en el seguiment i actualització de la web és la de comunicar a l'administrador de la web les modificacions, actualitzacions i/o la introducció de noves informacions.

Per altra banda, serveis lingüístics de la Facultat d'Economia i Empresa revisa els textos del web en català i els tradueix al castellà i l'anglès en aquells apartats que continguin informació en aquests idiomes.

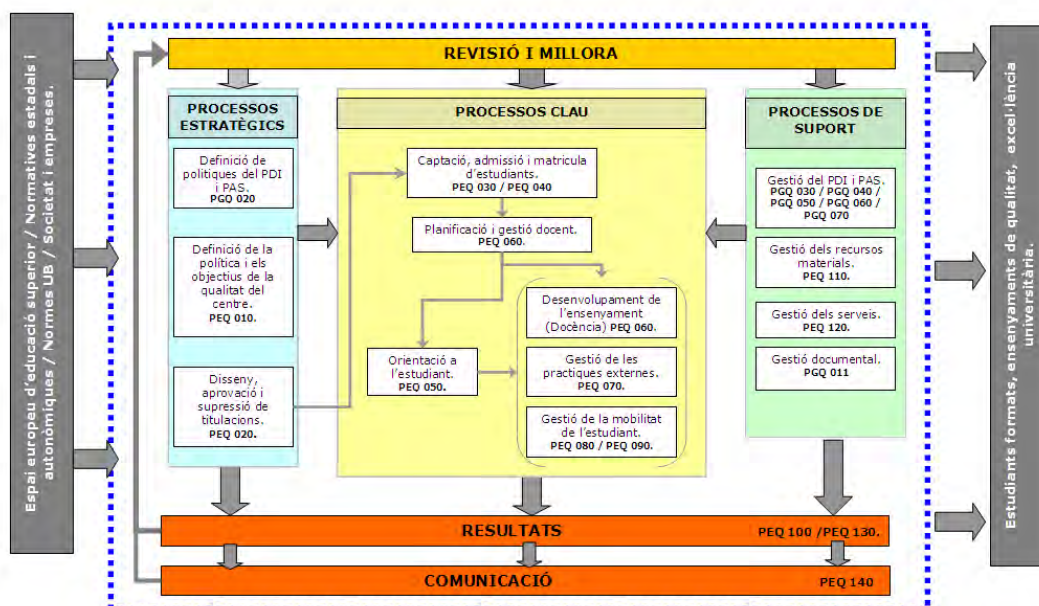
3. ANÀLISI VALORATIVA DE L'ENSENYAMENT

Anàlisi de la informació i valoració d'indicadors

A través del SAIQU s'ha elaborat el mapa de processos de cada centre, cosa que ha permès identificar i classificar cada un dels processos clau que intervenen en el programa formatiu de l'ensenyament. A més, el SAIQU proposa el desplegament gradual d'un conjunt d'indicadors, lligats als diversos processos, fins al moment de l'acreditació.

Una de les tasques que ha estat duent a terme la Comissió de Qualitat del centre és desplegar el SAIQU a través del mapa de processos i els seus procediments associats. D'aquesta manera, des del centre ja s'ha reflexionat sobre qui i com s'ha de fer la tasca de planificació i avaluació dels diversos processos.

MAPA DE PROCESSOS DEL SAIQU AL CENTRE



El nostre ensenyament es va iniciar el curs 2012-13, per la qual cosa els processos sotmesos a un seguiment més exhaustiu són els següents:

- Captació, admissió i matrícula d'estudiants (PEQ 040)
- Orientació a l'estudiant (PEQ 050)
- Planificació i gestió docent (PEQ 060) –l'apartat de la publicació dels plans docents al GRAD, utilització del campus virtual i el treball i assoliment competencial de l'ensenyament
- Desenvolupament de l'ensenyament: Treball Final de Màster , Professorat, Pràctiques externes (PEQ 070), Mobilitat internacional (PEQ 080).
- Gestió dels recursos materials i serveis (PEQ110 i 120)
- Resultats (PEQ 130) – l'apartat queixes, reclamacions i suggeriments (PEQ 100) i

l'apartat de rendiment acadèmic i satisfacció dels estudiants.

3.1. Dades sobre l'accés i matrícula

Segons dades obtingudes de la Web de Seguiment de l'Agència de Polítiques i de Qualitat de la UB, observem que:

La demanda que va tenir l'ensenyament en el curs 2013-2014 ha estat molt positiva ja que s'han comptabilitzat 280 preinscripcions, el que suposa un 350% de les places ofertades. No obstant això, el perfil dels sol·licitants no reunia, en diferents ocasions, els requisits establerts per la comissió de selecció nominada per la comissió coordinadora del Màster, en quant al perfil d'ingrés recomanat, desestimant aquells perfils clarament allunyats dels necessaris per garantir un correcte seguiment i adquisició de les competències del Màster. A més, un número elevat d'alumnes no van lliurar la documentació necessària, motiu pel qual no van poder ser avaluats per la comissió de selecció del màster.

La taxa de matriculació va ser del 15% d'alumnes preinscrits (42 alumnes), representant el 52,5% de les places ofertes. Aquestes son dades molt similars a les del curs anterior (taxa matriculació del 16%). La valoració de la taxa de matriculació va ser molt positiva, tenint en compte l'elevada taxa de matriculació dels alumnes finalment seleccionats per la comissió de selecció, i que havien lliurat tota la documentació necessària per permetre l'accés al Màster.

La distribució per gènere posa de manifest una major presència de dones, del 60%, davant d'un 40% d'homes.

La distribució per edats mostra que en l'interval entre 21 i 25 anys es recullen el 73,8% dels matriculats i la resta, el 26,2 tenen entre 26 i 50 anys d'edat. Hi ha un nombre significatiu d'estudiants que acaben de finalitzar els estudis d'accés, i que veuen en aquest Màster una continuació directa i especialitzada dels seus estudis d'origen.

Si valorem el perfil dels estudiants, destaquem que un 64% es tracta d'estudiants nacionals, i el 36% restant provenen del continent iberoamericà 2,4%, del continent asiàtic 19,2% i de la resta d'Europa 14,4%.

Cal destacar que aquest màster inclou les pràctiques en empresa, en un entorn de màrqueting i/o investigació de mercats com una activitat obligatòria i aquesta circumstància és un clar incentiu per a la demanda per part dels estudiants, que veuen en aquest Màster una sortida professional directa.

Respecte al lloc de realització de la titulació d'accés, un 28,57% dels estudiants provenen de la Universitat de Barcelona, un 26,19% d'altres Universitats Catalanes (Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat de Girona, Universitat de Lleida, Universitat de Vic, Universitat oberta de Catalunya, Universitat Pompeu Fabra i Universitat Ramon Llull), un 11,9% d'Universitats de la resta d'Espanya (Universidad Carlos III, Universidad da Coruña i Universitat d'Alacant), i el 33,33% restant d'Universitats estrangeres.

Respecte a les titulacions d'accés, un 52,8% dels estudiants provenen del camp de l'Economia i l'Administració d'Empreses, i la resta de disciplines variades com informàtica, comunicació audiovisual, publicitat i relacions públiques, psicologia, sociologia, filologia o turisme entre d'altres. El perfil d'ingrés dels nous estudiants respon en general al perfil d'ingrés planificat.

En general, els criteris d'admissió i selecció establerts per la Comissió del Màster permeten seleccionar estudiants amb el nivell de coneixement desitjable.

3.2. Orientació a l'estudiant

A finals del segon semestre va tenir lloc una sessió informativa d'orientació sobre la dinàmica i objectius del Màster dins del marc d'una acció desenvolupada per la Facultat d'Economia i Empresa, a la qual van assistir potencials estudiants del Màster.

A finals de juliol es va adreçar una carta a tots els alumnes preinscrits (al voltant de 300) informant amb detall del contingut del curs i de l'estructura docent del mateix.

A l'inici de setembre es va adreçar una carta a tots els alumnes acceptats detallant el seu pla de treball individual atès que al tractar-se d'un curs d'alta especialització en màrqueting calia provar els coneixements suficients en la disciplina i en cas de no tenir-los, realitzar els complements de formació necessaris per assolir els coneixements requerits. Per a la segona promoció eren:

- Màrqueting estratègic
- Estratègies i tècniques de comunicació
- Direcció de producte
- Investigació de Mercats I
- Investigació de Mercats II

Aquests complements formatius representen un total de 30 crèdits i corresponen a assignatures (de 6 crèdits cadascuna) impartides en el quart curs del Grau en Administració i Direcció d'Empreses de la UB. La comissió acadèmica del màster va prendre la decisió de fixar complements tenint en compte el resultat de les proves prèviament realitzades per els alumnes acceptats.

La setmana anterior a l'inici del nou curs acadèmic 2013-14 es va fer la jornada de benvinguda i inici del curs. La jornada va començar amb la salutació de la Degana a tots els alumnes de màster de la facultat. A continuació es va fer una reunió amb la coordinadora del màster MIM per indicar els principals objectius per aconseguir dins del Màster, parlar de les assignatures a cursar, del procés de matrícula i dels preus i es va explicar amb detall el desenvolupament del curs. En dia 12 de setembre va tenir lloc un acte acadèmic-lúdic que va consistir en una conferència que portava per títol "un twit un petó" a càrrec del Sr. Lluís Carrasco, director de màrqueting de Catalunya Ràdio. També va dirigir unes paraules en aquest acte inaugural el Sr. Antoni Iruela, President del Club de Marketing de Barcelona. La benvinguda va acabar amb una copa de cava.

Al llarg del curs es van realitzar diverses sessions de coordinació i d'explicació del procediment per organitzar les pràctiques empresarials, obligatòries a l'estudi. Cal tenir en compte que, malgrat el màster és de 60 crèdits, a la pràctica trobem dos tipologies d'estudiants, els que per la seva formació prèvia (per exemple, els Graduats en ADE menciò Màrqueting) s'espera que acabin els estudis en un curs acadèmic, i els alumnes amb un expedient amb altres orientacions curriculars que fan diversos complements de formació i, necessàriament, han d'allargar l'estudi, al menys, un semestre més.

3.3. Planificació i gestió docent

Els plans docents, com es pot consultar a la pàgina web del Màster, s'han elaborat seguint el document "Normes reguladores dels plans docents". En aquest sentit, consta de forma expressa: dades generals de l'assignatura, hores estimades de dedicació, competències que es desenvolupen, objectius d'aprenentatge, blocs temàtics, metodologia i activitats formatives, avaluació acreditativa dels aprenentatges i fonts d'informació bàsica.

En termes generals es segueixen els objectius marcats en la memòria de verificació, amb el detall de les competències que es desenvolupen en cadascuna de les assignatures, els objectius dels aprenentatges (referits a coneixements, habilitats i actituds, valors i normes), els blocs temàtics de les assignatures, la metodologia docent i les activitats formatives, i la metodologia d'avaluació (ponderació de les diferents activitats avaluades en la nota final).

El número d'assignatures optatives amb menys de cinc estudiants va ser només de 2 considerant-se un percentatge molt baix tenint en compte que s'oferien un total de 19 assignatures optatives.

El total d'alumnes repetidors va ser de tres, una de la primera promoció i dos de la segona promoció.

S'ofereixen totes les assignatures del curs de Màster . El desglossament de les hores de dedicació s'ha realitzat entre:

- 1) Activitats presencials (45 hores per a les assignatures de 5 crèdits i 22,5 per a les de 2,5);
- 2) Treball tutelat / dirigit (aproximadament entre 30 i 40 hores, en funció de les assignatures) i,
- 3) Aprenentatge autònom (hores restants). Dins de les activitats presencials, i en funció de les assignatures, el repartiment es realitza entre classes teòriques, classes teòrico-pràctiques, pràctiques d'ordinador, exercicis pràctics i pràctiques orals comunicatives.

El Campus Virtual és un mitjà de comunicació habitual entre el professor i l'alumne (descàrrega d'apunts, lliurament d'exercicis, ...).

Un 62,5 % dels professors de les assignatures del Màster són doctors i, entre els professors que imparteixen les cinc assignatures requerides com a complements formatius, el 50 % també són doctors. Del total de professors que participen en el Màster, 4,2% són Catedràtics d'Universitat, un altre 4,2% són Catedràtics d'Escola Universitària, un 33,3% són Professors Titulars d'Universitat (encara que diversos d'ells tenen l'Acreditació de Catedràtics d'Universitat), un 12,5% són Professors Titulars d'Escola Universitària, un 8,3% són professors lectors (encara que tots estan acreditats de professors titulars d'Universitat), un 4,2% són professors col·laboradors i la resta, un 33,3%, són professors associats.

Llistat de competències de la titulació (perfil de formació)

- **Competències bàsiques**

- *CB6 – Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i/o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca*
- *CB7 - Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea de estudi*
- *CB8 - Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis*
- *BB9 - Que els estudiants sàpiguen comunicar les seves conclusions i els coneixements i raons últimes que les sustenten a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats*
- *CB10 - Que els estudiants posseeixin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant d'una manera que haurà de ser en gran manera autodirigit o autònom*

- **Competències generals/transversals** (a omplir pel centre)

CG1 - Parlar bé en públic.

CG2 - Capacitat creativa i emprenedora (capacitat de formular, dissenyar i gestionar projectes/capacitat de buscar i integrar coneixements i actituds).

- **Competències específiques** (a omplir pel centre)



CE1 - Ser capaç de tenir una visió estratègica del màrqueting global integrant i afrontant els problemes empresarials.

CE2 - Dominar els coneixements i les eines i instruments del màrqueting aplicant-los a la solució de problemes i oportunitats.

CE3 - Tenir l'habilitat per planificar, dissenyar i executar estratègies de màrqueting.

CE4 - Tenir la capacitat per dissenyar i executar investigacions comercials rigoroses en el context regional, nacional i internacional

CE5 - Tenir la capacitat per dirigir processos d' innovació en les organitzacions

CE6 - Conèixer el mercat i els consumidors, apreciament la diversitat dels seus enfocaments.

CE7 - Tenir la capacitat d'anàlisi crític de les societats actuals de consum per analitzar l'estructuració i el significat social del consum.

CE8 - Ser capaç d'aplicar el coneixement dels fonaments i eines d'investigació a la solució de problemes relacionats amb el màrqueting i la investigació de mercats.

CE9 - Ser capaç de desenvolupar habilitats relacionals i creatives.

CE10 - Ser capaç de prendre decisions economicoempresarials tenint en compte la situació econòmica.

CE11 - Tenir la habilitat de treballar amb fonts de dades, metodologies i tècniques d'investigació científica i les eines informàtiques pròpies del màrqueting.

CE12 - Ser capaç d'integrar i aplicar les noves tendències en màrqueting i investigació de mercats de una forma rentable i efectiva en l'empresa u altres organitzacions.

....

Relació de competències adquirides i avaluades en les diferents matèries i assignatures del màster

MATÈRIES /ASSIGNATURES VINCULADES	COMPETÈNCIES																		
	C B 6	C B 7	C B 8	C B 9	C B 10	C G 1	C G 2	C E 1	C E 2	C E 3	C E 4	C E 5	C E 6	C E 7	C E 8	C E 9	C E 10	C E 11	CE 12
Matèria: Comportament del consumidor		X				X								X	X				
Avenços en el comportament del consumidor		X				X							X	X	X				
Matèria: Màrqueting aplicat i digital	X	X	X					X	X	X			X	X					
Màrqueting online	X							X	X	X		X		X		X			X
Màrqueting aplicat	X	X	X					X	X	X			X	X					
Matèria: Investigació de mercats aplicada	X	X	X		X		X			X		X			X		X		
Investigació de mercats aplicada	X	X	X		X		X			X		X			X		X		
Matèria: Entorn polític, social i econòmic			X	X		X				X								X	
Anàlisi econòmica aplicada i entorn empresarial			X	X		X				X								X	
Ordenació del mercat i la publicitat			X													X			
Matèria: Instruments per al màrqueting i la investigació de mercats	X	X		X			X			X		X		X	X	X	X		
Tº de jocs aplicada al màrqueting		X		X					X	X	X				X			X	
Mètodes quantitativs aplicats al màrqueting		X		X											X				
Instruments comptables i financers per el màrqueting		X		X					X	X	X							X	
Xarxes socials	X						X		X	X		X		X			X		
Matèria: Direcció de màrqueting						X	X	X	X	X		X	X			X			



Gestió de marca						X	X		X	X	X				X	X		X
Noves tendències en direcció de vendes						X	X	X				X	X					
Trade Marketing							X			X					X	X		X
Merchandising							X		X						X			
Màrqueting relacional							X								X	X		X
Màrqueting de serveis						X	X		X		X				X			X
Direcció publicitària						X	X		X	X	X				X	X		X
Matèria: Aplicacions a la investigació de mercats	X		X	X		X					X	X				X		X
Business Intelligence	X		X	X		X				X	X	X				X		X
Investigació de la comunicació						X										X		
Investigació qualitativa				X	X	X				X		X						
Tècniques de segmentació de mercats						X	X	X	X									X
Matèria: Distribució	X			X		X	X	X	X	X				X				
Investigació de la distribució	X			X			X		X									
Distribució internacional	X						X	X	X	X			X					
Matèria: Pràctiques externes	X	X			X	X											X	X
Treball final de Màster	X	X	X	X	X	X	X											X

3.4. Pràctiques externes

El màster contempla l'assignatura de Pràctiques com obligatòria i per tant imprescindible per completar la titulació. Aquesta circumstància valora significativament el màster i el fa diferent de les altres ofertes del mercat. No obstant això, cal mencionar que aquesta obligatorietat exigeix molts esforços per part de la coordinació del màster, tant pel nombre d'alumnes implicats en l'activitat com per la qualitat de les pràctiques a aconseguir.

Durant el curs 13-14 dels 53 alumnes matriculats, van realitzar pràctiques 36 (69%). 11 alumnes (20%) estaven pendents de finalitzar-les en les següents setmanes; la resta de 6 alumnes (11%) estaven pendents d'iniciar-les.

Paral·lelament, el 19% dels alumnes que ja van finalitzar l'assignatura van repetir les pràctiques en format no curricular.

3.5. Mobilitat internacional

El Màster en Màrqueting i Investigació de Mercats no contempla la possibilitat de cursar assignatures fora de la Universitat de Barcelona, per tant, no és possible la mobilitat internacional.

3.6. Treball fi de màster

Veure annex "Fitxa Treball Fi de Màster".

3.7. Professorat

El professorat del Màster en Màrqueting i Investigació de Mercats pertany a diferents departaments de la facultat tot i que existeix una majoria del Departament d'Economia i Organització d'Empreses. El 62,5% té el grau de Doctor. El 4,2% són Catedràtics d'Universitat, el 4,2% són Catedràtics d'Escola Universitària, el 33,3% són Titulars d'Universitat, el 12,5% són Titulars d'Escola Universitària, el 8,3% són Professors Lectors, el 4,2% són Col·laboradors Permanents i el 33,3% són Professors Associats. Cal valorar el caràcter significativament professional del Màster. La taula següent detalla el professorat.

Departament	Professors
Economia i Organització d'Empreses	Maria del Mar Puig Jordi Aymerich Lidia Caba Agustí Casas Alfonso Chiner Santiago Forgas Jaume Gil Ana Ma. Gil Rubén Huertas Joan Moreno Sergio Rodríguez A ^a Luisa Solé Esther Subirà
Econometria, Estadística i Economia espanyola	Guadalupe Cisneros Marcelino García Javier Sierra
Sociologia i Anàlisi de les Organitzacions	Jordi Colobrans Josep Lluís Condom Anna Ramón Blanca Treig
Matemàtica Econòmica, Financera i Actuarial	Javier Martínez de Albéniz
Comptabilitat	Jordi Martí
Teoria Econòmica	Joan Gil
Dret Mercantil, del Treball i de la Seguretat Social	M ^a Teresa Solanelles

3.8. Gestió dels recursos materials i serveis

Donat que en el moment de realitzar el següent informe de seguiment no es disposa d'una nova enquesta, aquest apartat s'ha realitzat a partir dels resultats de l'enquesta als estudiants sobre serveis, activitats i instal·lacions de la UB, edició 2013 i s'han especificat les millores dutes a terme.

L'equip deganal ha fet la valoració de la gestió dels recursos materials i serveis. En concret, i a partir de les dades dels Resultats de l'enquesta als estudiants sobre serveis, activitats i instal·lacions de la UB, edició 2013, s'ha constatat en relació als indicadors que afecten directament a la Facultat d'Economia i Empresa el següent. Val a dir que la valoració té una escala d'1 a 4 (1=deficient, 2=regular, 3=bé i 4=excel·lent). El 2,5 és el valor mitjà.

- Pel que fa a secretaria, la valoració mitjana que en fan els estudiants és de 2,38, situant-se en una franja de regular a bé, mentre que la importància d'aquest servei és valorada amb un 3,43. Aquests percentatges es situen lleugerament per sota de la mitjana UB. En tots els ítems analitzats la valoració està sempre per sota de la importància que li atorguen al servei. Així, pel que fa a l'agilitat en els tràmits la valoració mitjana és de 2,32, mentre que la importància és de 3,50, xifres totes dues lleugerament per sota de la mitjana UB. El tracte personal també

té el mateix comportament. En canvi, la Facultat es situa per sobre de la mitjana en la valoració d'horari d'atenció i en el procés d'automatrícula.

- Pel que fa a les aules, la valoració mitjana és bastant baixa, de 2,25 mentre que la importància que li atorguen a aquests espais és de 3,39. Tots dos indicadors estan per sota de la mitjana de la UB. La disponibilitat d'espai és l'ítem més ben valorat amb un 2,49, mentre que el pitjor és el de qualitat i adequació del mobiliari que ha estat valorat en tant sols un 1,97. També la qualitat de les instal·lacions té una valoració baixa amb un 2,10.
- En relació a les aules d'informàtica, la valoració mitjana és de 2,64, situant-se per sobre de la mitjana UB. Essent la valoració global de 2,70, quan la mitjana UB és de 2,58. L'ítem que presenta una valoració més baixa és la qualitat de les instal·lacions. Ara bé, en tots els ítems (valoració global, espai disponible, qualitat de les instal·lacions, i recursos) estem per sobre de la mitjana UB.
- Pel que fa a les sales d'estudi, els estudiants les han valorat molt positivament amb un 2,62, essent la mitjana UB de 2,46. Només hi ha un centre que estigui més ben valorat. Tots els ítems que s'analitzen estan per sobre de la mitjana UB. Així, la qualitat de les instal·lacions la valoren amb un 2,78, l'horari amb un 2,72 i la disponibilitat de llocs per a l'estudi amb un 2,35.
- Pel que fa als lavabos, la valoració està per sota de la mitjana UB en tots els ítems considerats, si bé ens situem per sobre del 2,50. La valoració mitjana és de 2,61, quan la mitjana UB és de 2,70. De menor a major valoració es troben els següents aspectes: higiene (2,51), equipament (2,54), nombre d'unitats (2,59) i estat de les instal·lacions (2,78).
- En relació al servei de bar i restauració, la valoració mitjana que en fan els estudiants és de 2,68, valor superior a la mitjana de la UB (2,49). En tots els ítems estem per sobre de la mitjana UB. La relació qualitat-preu és l'ítem que té una valoració més baixa amb 2,34, però la resta es situen per sobre de 2,5. Així, en relació a l'oferta i varietat de plats ho valorem amb un 2,66, l'oferta i varietat de begudes amb un 2,92 i la qualitat de les instal·lacions amb un 2,80.
- Quan als espais per al consum d'aliments, la valoració mitjana dels estudiants és de 2,66, superior a la de la mitjana UB (2,35). També en tots els ítems estem per sobre de la mitjana UB. De menor a major valoració es troben la disponibilitat de microones i espais per consumir menjar propi amb un 2,51, la qualitat de les instal·lacions amb un 2,70 i l'oferta de productes a les màquines expenedores amb un 2,77.
- Pel que fa a les dependències, la valoració mitjana ha estat de 2,90 igual que la de UB, estant valorada la claredat en la senyalització en un 2,84 i l'estat de la neteja en un 2,95.
- En relació a la vigilància i seguretat, la valoració mitjana ha estat de 2,63, lleugerament de sota de la UB que és de 2,71.

- Pel que fa referència als punts d'informació, la valoració mitjana és de 2,92, lleugerament per sota de la UB (3,03). Per ítems, la satisfacció amb la informació rebuda és d'un 2,97, mentre que el tracte personal és de 2,92.
- Finalment, i pel que fa a les preguntes obertes, són molt coincidents amb la valoració quantitativa que han fet els estudiants. Així, la Facultat està per sota d'un 2,5, és a dir, es pot dir que suspèn en les aules (2,25) i secretaria (2,38). En canvi, els servis més ben valorats són els de punt d'informació (2,92), dependències (2,90), bar i restaurants (2,68) espais de consum d'aliments propis (2,66), aules d'informàtica (2,64), sales d'estudi (2,62) i lavabos (2,61).
- Quan als serveis i activitats relacionats amb l'atenció a l'estudiant que ofereix la UB, la valoració mitjana dels estudiants de la Facultat d'Economia i Empresa ha estat la següent: SAE (2,67), Programes d'orientació professional (2,63), Feina UB (2,41), Servei de beques i ajuts a l'Estudiant (2,32), OMPI (2,70).
- Pel que fa als serveis i instal·lacions generals de la UB, la valoració dels estudiants de la Facultat d'Economia i Empresa és la següent en termes de valoració mitjana: CRAI_Biblioteca (2,78), Campus virtual (2,99), Web (2,88), EIM (2,94), Autoaprenentatge de llengües (3,29), Esports UB (3,07), atenció telefònica (2,15).

De l'anàlisi realitzada i de les peticions que els estudiants fan directament per les vies pertinents, per al curs 2013-14 la Facultat d'Economia i Empresa es va proposar realitzar una sèrie de millores que a continuació s'especifiquen juntament amb el seu grau d'execució.

- Reparar el mobiliari de les aules. Aquesta actuació s'ha dut a terme i es continuarà fent-se durant el curs 2014-15. A més, també es preveu canviar el mobiliari d'alguna de les aules on aquest està amb pitjors condicions.

- Canviar l'equipament informàtic de les aules que estigui més obsolet. Aquesta acció s'ha realitzat i es continuarà fent durant el curs 2014-15.

- Es reforçarà la capacitat de wifi amb més antenes en aquelles aules grans on es fa un ús intensiu dels ordinadors.

- Fer de nou els lavabos per als estudiants de la zona propera a Palau Reial de l'edifici 690. Aquesta actuació s'ha realitzat completament. Per al curs 2014-15 es preveu ampliar els lavabos en la zona de l'aula magna de l'edifici 690 tant adaptats per a discapacitats com no adaptats.

- Augmentar el nombre de sales d'estudi per a estudiants a l'edifici 696. S'ha augmentat amb 3 noves sales d'estudi. Pel curs 2014-15 està previst dotar de més sales d'estudis a la zona de biblioteca.

- Canviar el sistema de climatització de les aules de l'edifici 696. Es va dur a terme una primera fase. Pel curs 2014-15 es preveu dur a terme la segona fase.

- Reparació de cobertes a l'edifici 696 i deixem preparar la coberta per posar la climatització a les aules que no n'hi havia

- Reparar goteres i altres desperfectes dels edificis. S'ha fet tot un seguiment i s'han reparat. El manteniment dels edificis és una constant donat l'elevat nombre de persones que hi transiten (prop de 12.000 persones). Donat l'elevat ús intensiu que se'n fa de totes les instal·lacions i espais, és del tot necessari dur a terme una acció molt activa de manteniment.

- Durant el curs 2013-14 es van dur a terme el canvi de les concessions dels bars i restaurants dels dos edificis.

- Creació d'un espai de coworking a l'edifici 696, destinat a que estudiants i titulats puguin desenvolupar projectes d'emprenedoria. Durant el curs 2013-14 es va iniciar el projecte i s'ha finalitzat a l'octubre de 2014.

Cal deixar constància que realitzar totes aquestes millores en les instal·lacions de la Facultat, requereix de molt esforç per part de la Facultat, atès el procés de consolidació pressupostària de la UB.

3.9. Resultats

3.9.1. Queixes, reclamacions i suggeriments

La Facultat d'Economia i Empresa rep, canalitza i respon les queixes, reclamacions i suggeriments, així com altres tipus d'incidències que es puguin detectar de diverses maneres en funció de tema.

Així, les de caràcter acadèmic-docent es canalitzen per diverses vies.

- Les que corresponen a l'àrea econòmica-administrativa (atenció general, matriculació, certificats, expedients, títols, convalidacions, reconeixement de crèdits, actes, trasllat d'expedient, queixes i suggeriments) a través de la pàgina inicial web del centre: bústia de secretaria (SED) i també en atenció directa. La bústia de secretaria obre una pantalla amb els diferents correus electrònics dels responsables dels diferents àmbits econòmic-administratius. Aquest sistema permet enregistrar automàticament les queixes, reclamacions i suggeriments i els responsables resolen la petició i remeten la resposta al sol·licitant. En cas de que no sigui ben canalitzada la petició, queixa o suggeriment, la persona que la rep la redirecciona cap a la persona responsable. Les persones del SED donen resposta amb la major brevetat i agilitat possible a totes les peticions, queixes, reclamacions i suggeriments.

http://www.ub.edu/economiaempresa/secretaria/SED_busties.htm

- El coordinador del màster també atén les queixes, reclamacions i suggeriments dels alumnes a les hores de visita i a través del correu electrònic. El coordinador de Màster porta un registre de totes aquestes peticions i els hi dona resposta amb la major brevetat possible. A la pàgina web de cada Màster oficial hi ha la informació referent al coordinador.

http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/caf/?page_id=58

- Per les queixes, reclamacions i suggeriments que no són estrictament docents, els alumnes poden adreçar-se a la bústia de deganat que figura en la pàgina web inicial de la Facultat. Aquestes peticions s'enregistren a deganat i es redireccionen cap a la persona corresponent (degana, vicedegans, caps d'estudi, SED, administradora de

centre, etc.) amb la màxima rapidesa possible. Els responsables corresponents donen resposta als peticionaris també amb màxima diligència.

<http://www.ub.edu/economiaempresa/>

- Altres vies que disposen els alumnes per fer arribar peticions de tot tipus és a través de les diferents xarxes socials de que disposa la Facultat i que es troben en la pàgina inicial de la Facultat (Facebook y Twiter). Aquestes peticions són enregistrades pel propi sistema i se'ls hi dona una resposta molt ràpida.
<http://www.facebook.com/economiaempresaub>
<http://twitter.com/#!/UBFacEcoiEmpres>
- Per les queixes relatives a l'assetjament sexual, la Facultat disposa d'un protocol d'actuació. En aquest cas les queixes han de dirigir-se a la Comissió d'Igualtat de la Facultat d'Economia i Empresa (o a qualsevol de les persones que en formen part) mitjançant un correu electrònic o en persona; es garanteix en tot moment la confidencialitat d'allò exposat. En el moment que arriba una queixa, es constitueix la Comissió per a la Prevenció i Actuació davant la Violència de Gènere (COPAVG). Aquesta comissió inicia la investigació, analitza els fets i pren decisions. Tota la informació al respecte es troba a la pàgina inicial de la Facultat.
<http://www.ub.edu/economiaempresa/genere/>
- Les queixes i suggeriments relatives als serveis que ofereix la Facultat i a l'estat de les instal·lacions ja sigui aulari, sales d'estudi, aules d'informàtica, etc. les recullen els diferents punts d'informació de la Facultat i les canalitzen cap a les persones o unitats responsables (manteniment, administrador de centre, serveis de neteja, audiovisuals, etc.).
http://www.ub.edu/economiaempresa/oag/oag/pi/punts_info.html

Val a dir, que donat els nombrosos canals de què disposen els alumnes, aquest no ha estat mai un problema en el desenvolupament dels ensenyaments de la Facultat. Això es pot constatar en les diferents actes dels diferents òrgans de govern de la Facultat (Junta de Facultat, Comissions diverses, etc.), on hi estan representats els estudiants, essent aquesta també una via per canalitzar les seves queixes, peticions i suggeriments.

Els nombrosos mecanismes establerts i les facilitats per al seu accés juntament amb el gran nombre d'estudiants de la Facultat fa que qualsevol problema que es detecti se li hagi de donar una resposta de manera molt ràpida.

3.9.2. Satisfacció de l'alumnat amb l'acció docent i la planificació d'assignatures

L'anàlisi l'ha fet el Coordinador del Màster a partir de les dades del Gabinet Tècnic del Rectorat (Enquestes UB) i del Servei de Planificació i Anàlisi de l'Agència de Polítiques i de Qualitat.

Els resultats de l'enquesta d'opinió sobre les assignatures del Màster en Màrqueting i Investigació de Mercats, indiquen que els estudiants estan prou satisfets amb els estudis que estan cursant, ja que la mitja en els ítems analitzats en els dos semestres suma un aprovat alt: 6,803. Tot i així, el nombre de respostes totals no ha estat molt elevada, amb un 13,35% de participació.

Si analitzem els semestres per separat, el segon ha estat millor puntuat. La mosta del primer semestre la completen 155 assignatures participants i 13 enquestes respostes, que indiquen un 8,39% de participació. Segons l'informe agregat de les assignatures del Màster, en relació a la pregunta de "en general estic satisfet amb l'assignatura del Màster" la nota mitja obtinguda en les assignatures és d'un 6,38. La nota més alta s'obté amb l'ítem de satisfacció sobre espais i

equipaments (7,54), mentre que la nota més baixa és la de l'adequació d'activitats formatives (6,31) i l'explicació del pla docent a l'inici del curs (6,31).

Segons els resultats del segon semestre, amb una mostra de 197 assignatures participants i 34 enquestes respostes, la participació ha estat de 17,26%. Les enquestes indiquen que la nota mitjana obtinguda a la pregunta "en general estic satisfet amb l'assignatura del Màster" ha estat d'un 6,79. L'ítem millor valorat ha estat la satisfacció a la proporcionalitat del volum de feina (7,32), mentre que l'ítem pitjor valorat ha estat la satisfacció general de les assignatures (6,79).

Pel que fa a la valoració del professorat del Màster en Màrqueting i Investigació de Mercats, també ha estat puntuada amb un aprovat alt (6,85), però el nombre de respostes totals tampoc ha estat molt elevada, amb un 13,81% de participació.

Fent un anàlisi més exhaustiu dels semestres per separat, en aquest cas també, el segon ha estat millor valorat. La mostra del primer semestre la completen 223 assignatures participants i 21 enquestes respostes, que indiquen un 9,42% de participació. A la pregunta "d'estic satisfet amb l'activitat del professorat" la nota mitjana agregada de tots els professors és de 6,52. La nota més elevada la trobem en l'ítem de la comunicació entre el professor i l'estudiant que arriba al 7,24. D'altra banda la nota més baixa correspon a un 6,19 en l'ítem sobre la metodologia desenvolupada en l'activitat.

Els resultats del segon semestre, amb una mostra de 197 assignatures participants i 37 enquestes respostes, indiquem que la participació ha estat del 18,78%. Les enquestes demostren que la nota mitjana obtinguda a la pregunta "estic satisfet amb l'activitat del professorat" és d'un 7,46. L'ítem millor valorat ha estat la satisfacció en la claredat a l'hora de transmetre el contingut (7,49), mentre que l'ítem menys valorat ha estat la metodologia desenvolupada en l'assignatura (6,86).

En definitiva aquests resultats mostren que l'alumnat del Màster en Màrqueting i Investigació de Mercats del curs 2013/2014 van estar satisfets amb els seus estudis.

3.9.3. Rendiment acadèmic

L'anàlisi l'ha fet el coordinador del màster amb les dades ofertes per l'Agència de Polítiques i Qualitat de la UB (AQUB).

La taxa de rendiment de les assignatures del Màster Universitari en Màrqueting i Investigació de Mercats ha estat molt elevada, acomplint-se els objectius proposats al començament del mateix.

Els estudiants han aprovat totes les assignatures donant un resultat satisfactori de 7,56 de mitjana global, un Notable alt (sense considerar les Pràctiques i el TFM, mencionats en altres apartats). No hi ha hagut cap suspès, només dos alumnes que s'han donat de baixa del màster, i tres més que no s'han presentat a alguna assignatura matriculada. A més a més, dos estudiants han obtingut Matrícula d'Honor en una assignatura, que són la "Teoria de jocs de màrqueting" i "Anàlisi Econòmica Aplicada i Entorn Empresarial".

Si analitzem els semestres per separats, els alumnes han tret millor nota de mitjana al primer, amb un 7,74. Dins aquest període les assignatures que més han destacat per nota són "Anàlisi Econòmica Aplicada i Entorn Empresarial" i "Direcció Publicitària". Dins el segon període, "Ordenació del Mercat i la Publicitat" i "Distribució internacional" són les que han tingut la puntuació més alta.

Si fem una valoració tenint en compte els tipus d'assignatura, concloem que les optatives destaquen per sobre de les obligatòries amb un 7,74. D'entre les obligatòries l'assignatura amb



B Universitat de Barcelona

millor nota ha estat la de “Comportament del Consumidor”. De les optatives la de “Ordenació del Mercat i la Publicitat”.

4. PROPOSTES DE MILLORA

4.1 Disseny, implementació i seguiment de les accions de millora

La implantació del SAIQU (<http://www.ub.edu/economiaempresa/qualitat/>) assegura una revisió periòdica de tots els processos i una retroalimentació contínua del sistema. La creació de la comissió de qualitat del centre (http://www.ub.edu/economiaempresa/qualitat/documents/Comissio_de_Qualitat_web.pdf) és l'eina que permet fer un seguiment dels indicadors de cada procés que han de ser analitzats per la comissió i presentats als equips de govern dels centres perquè proposin i portin a terme les accions correctives de millora que considerin necessàries.

Així mateix, el fet que el SAIQU sigui general per a tots els centres permet revisar-lo i actualitzar-lo sota el guiatge de l'Agència de Polítiques i de Qualitat de la UB. D'aquesta manera es dóna una resposta institucional a les necessitats diverses que es presenten durant el desplegament del SAIQU.

4.2 Propostes de millora que es deriven de la valoració que es fa del desplegament de la titulació, incloent-hi totes les propostes de modificació i pla de seguiment.

Relacionades amb la planificació i gestió docent, es fa una proposta de millora. S'ha observat alguns errors en els plans docents d'algunes assignatures, que intentarem esmenar en el present curs.

Respecte a les queixes i suggeriments dels estudiants, caldria millorar el nombre de respostes a les enquestes sobre assignatures i professorat. Ja s'han començat a implementar durant aquest curs 2014/15 mesures per tal d'augmentar la ràtio de respostes.

Modificació / Proposta de millora	Responsable de la implantació de la millora al centre	Caràcter de la millora ^(1,2 o 3)	Calendari	Estat proposta de modificació (4,5,6)
Informació pública				
Captació, admissió i matrícula d'estudiants (PEQ 030)				
Realització d'entrevistes personals	Coordinador	1	Curs 2014-	4

			2015	
Orientació a l'estudiants (PEQ 050)				
Planificació i gestió docent (PEQ 060)				
Esmenar alguns errors en els plans docents d'algunes assignatures	Coordinador	1	Curs 2014-2015	4
Gestió de les pràctiques externes (PEQ 070)				
Gestió de la mobilitat del estudiant (PEQ 080)				
Treball Final de Màster				
Professorat				
Gestió dels recursos materials i serveis (PEQ 110 / PEQ 120)				
Queixes, reclamacions i suggeriments (PEQ 100)				
Baixa resposta en les enquestes	Coordinador	1	Curs 2014-2015	5
Resultats (PEQ 130) —l'apartat de rendiment acadèmic i de satisfacció dels estudiants				

Nota: afegir-hi tantes files com es necessitin

**El centre ha d'eliminar aquest procediments si no és aplicable segons l'any d'inici i calendari d'implementació del Màster en concret.*

- (1) *proposta de millora que no contempla AQU en els seu document sobre "Processos per a la comunicació i/o avaluació de les modificacions introduïdes en els títols universitaris de grau i màster".*
- (2) *Requereix una modificació no substancial.*
- (3) *Requereix una modificació substancial autoritzable*



B Universitat de Barcelona

- (4) *Pendent implementar*
- (5) *En procés d'implementació.*
- (6) *Implementada*

5. EL SISTEMA D'ASSEGURAMENT INTERN DE LA QUALITAT (SAIQU) COM A EINA PER AL SEGUIMENT DE LES TITULACIONS DEL CENTRE

En aquest apartat el centre ha d'assegurar que els agents implicats en l'informe de seguiment de la titulació en garanteixen la qualitat. (La/les persones responsable de l'execució de l'informe de seguiment té/tenen un càrrec de responsabilitat adequat per desenvolupar aquesta tasca). Es pot vincular aquest apartat amb l'existència de la Comissió de Qualitat i la seva composició.

Cal explicar com durant l'elaboració de l'informe s'ha anat informant als diversos òrgans del centre i, si escau, s'han anat aprovant documents/informes que evidencien el treball fet.

Les següents punts pretenen servir de guia per poder fer una valoració de l'adequació del Sistema d'assegurament intern de la qualitat per realitzar el seguiment de les titulacions. Es recomana al centre seguir aquest guió per complimentar aquest apartat:

- Existència i aprovació del document de política i objectius de qualitat que marca el compromís amb la qualitat i les línies d'actuació en aquest àmbit.
- Existència d'un mapa de processos amb tot un conjunt de procediments que guien i afavoreixen el seguiment dels ensenyaments.
- Existència i utilitat de la web de seguiment, elaborada des d'AQUB, on es troben recollits els indicadors i dades que permeten l'anàlisi del desplegament de les titulacions.
- La elaboració per part d'AQUB de guies de suport per poder analitzar cada un dels procediments així com una plantilla general per assegurar i facilitar la incorporació de tota la informació vinculada amb el seguiment de la titulació
- Quins punts febles o mancances s'han detectat i què pot fer el centre per millorar el seu SAIQU amb l'objectiu que sigui una bona eina per afavorir el seguiment de les titulacions.

La Facultat d'Economia i Empresa assegura que els agents implicats en l'informe de seguiment de la titulació en garanteixen la qualitat. Són persones responsables de l'execució de l'informe de seguiment el coordinador del màster i la responsable de Qualitat de la Facultat, juntament amb totes les persones que d'una manera o altra intervenen en l'organització i funcionament de l'ensenyament.

Tal i com s'ha especificat en cadascun dels apartats del present informe, la confecció de la informació necessària per poder fer l'anàlisi dels resultats, la seva valoració i les propostes de millora s'han realitzat en el sí de la Comissió de màster al llarg del desenvolupament del curs acadèmic. També s'han discutit i aprovat en la Comissió Acadèmica de la Facultat, en la Comissió de màsters i postgraus i en Comissió de Qualitat al ser els òrgans més directament vinculats a l'àrea docent de l'ensenyament.

La Facultat d'Economia i Empresa disposa d' un document de política i objectius de qualitat del Centre, aprovat per la Junta de Facultat, on es marca el compromís amb la qualitat i les línies d'actuació en aquest àmbit.

També disposa d'un mapa de processos amb tot un conjunt de procediments que guien i afavoreixen el seguiment dels ensenyaments.

La informació elaborada des d'AQUB (Agència de Polítiques i Qualitat de la universitat de Barcelona) ha estat molt útil a l'hora d'elaborar el present informe de seguiment, al recollir els indicadors i dades que permeten l'anàlisi del desplegament de les titulacions.

També, es important destacar la gran ajuda que ha suposat la elaboració per part d'AQUB de guies de suport per poder analitzar cada un dels procediments així com una plantilla general per assegurar i facilitar la incorporació de tota la informació vinculada amb el seguiment de la titulació.

Els punts febles que s'han detectat són, fonamentalment, la manca de temps per poder realitzar de manera acurada l'informe de seguiment, tot i el gran ajut de l'AQUB. La Facultat per millorar el seu SAIQU amb l'objectiu que sigui una bona eina per afavorir el seguiment de les titulacions haurà de continuar desplegant els diferents processos.

Des de la posada en marxa del SAIQU s'ha estat treballant en els següents procediments que guien i afavoreixen el seguiment dels ensenyaments: PEQ 6544 010, PEQ 6544 030, PEQ 6544 050, PEQ 6544 070, PEQ 6544 100.

Caldria avançar en la implementació del SAIQU i adaptació dels processos implementats. Però a la vegada s'ha de fer una reflexió a fons en el marc de la Comissió de Qualitat per analitzar com poder millorar la seva eficàcia.



B Universitat de Barcelona

ANNEXOS

FITXA D'ANÀLISI DEL TREBALL FI DE MÀSTER

Autor/autors de l'anàlisi: Santiago Forgas

Data realització: 26 de gener de 2015

Curs de referència: 2013/14

<p>Objectius d'anàlisi del TFM</p>	<p>Analitzar el procés i criteris de selecció dels coordinadors, tutors i tribunal avaluadors/comissions d'avaluació dels TFM</p> <p>Analitzar el sistema de matriculació, lliurament i defensa del TFM</p> <p>Analitzar el procés de selecció i assignació de les àrees de coneixement i temàtiques dels TFM, el procés d'elaboració i el sistema d'avaluació emprats</p> <p>Analitzar els sistemes de suport i tutorització a l'alumnat pel que fa a l'objecte, estructura, format...del TFM</p> <p>Analitzar l'adequació dels TFM presentats als resultats d'aprenentatge i competències definides</p> <p>Analitzar el grau de satisfacció dels estudiants i els tutors dels TFM</p>
<p>Documentació relacionada amb el procés d'anàlisi dels TFG/TFM</p>	<p>Normes generals reguladores dels treballs de fi de màster universitari de la Universitat de Barcelona <i>(Aprovades per la comissió acadèmica del consell de govern de 8 de juny de 2011 i per consell de govern de 19 de juliol de 2011)</i></p> <p>Normativa TFM centre</p> <p><i>Si escau, afegir altres documents que disposi el centre o l'ensenyament i que s'hagin utilitzat per realitzar aquest l'anàlisi (Com, per exemple, una guia per a la realització del TFM)</i></p>
<p>Indicadors i dades per a l'anàlisi</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Percentatge d'estudiants que presenten el TFM respecte al total d'estudiants matriculats • Percentatge d'estudiants que aproven el TFM respecte al total d'estudiants matriculats • Percentatge d'estudiants amb alta qualificació (>8) respecte al total d'estudiants matriculats <p><i>La informació dels indicadors i dades per poder realitzar l'anàlisi la trobareu a l'adreça web http://www.ub.edu/agenciaqualitat l'apartat "VSMA"</i></p>

Anàlisi dels processos i resultats obtinguts

Text a introduir pels responsables de l'anàlisi utilitzant com a suport les preguntes orientatives formulades a continuació.

L'assignatura Treball Final de Màster (TFM) del Màster de Màrqueting i Investigació de Mercats, de 12,5 ECTS, programada per al segon semestre (primavera) del curs, persegueix com a principal objectiu que els estudiants comencin amb les activitats vinculades a la recerca, a partir de les competències adquirides al superar la resta d'assignatures del programa acadèmic del Màster. No obstant això, quan l'alumne té que fer complements de formació i per tant allarga la durada dels estudis, almenys un semestre més, també pot realitzar-la durant el primer semestre del segon any.

El Màster de Màrqueting i Investigació de Mercats a part del pla docent publicat i disponible al link:

<http://www.ub.edu/grad/plae/AccesInformePD?curs=2014&codiGiga=568318&idioma=CAT&ecurs=publicacio>

compta també amb una guia específica on s'explica de manera més detallada, l'estructura, el contingut, l'extensió, els aspectes formals del que s'entén per un TFM, etc. Aquesta informació està disponible a la pròpia web del màster:

http://www.ub.edu/economiaempresa/masteroficial/mim/?page_id=403

El TFM es realitza sota la direcció d'un professor/a del Màster de Màrqueting i Investigació de Mercats, que realitzarà el seguiment del treball i valorarà el seu resultat. Pel que fa a l'elecció de tema i proposta de tutor, encara que la coordinació dels TFM recau en el coordinador del Màster, és l'alumne qui proposa un tutor i un tema de treball. El coordinador, un cop estudiades les propostes i preferències de l'alumne, decideix l'assignació final.

La valoració d'aquesta assignatura es realitza amb la presentació i exposició pública d'una investigació original sobre una àrea específica de Màrqueting. L'estructura formal, redacció i nivell d'originalitat i rellevància han de correspondre als estàndards d'un treball científic i versar sobre qualsevol de les matèries estudiades en el Màster. Pel que fa a l'avaluació del TFM, se segueix el següent protocol que es detalla a continuació:

L'estudiant ha de lliurar quatre exemplars a la oficina de coordinació del màster (tres per cadascun dels membres del tribunal i una quarta pels arxius del màster) i una còpia online que enviarà a l'adreça del màster (master.marketing@ub.edu)

Coordinació comunica el lloc dia i hora de presentació dels TFM.

A la data indicada, el TFM haurà de defensar-se en exposició pública davant d'un tribunal de tres professors en un temps de 15 minuts (per l'exposició) i 10 minuts per contestar les preguntes dels membres del Tribunal.

Per posar la nota final, el Tribunal avalua tant l'exposició oral com el document de TFM.

Una vegada acordada la nota de l'estudiant, el coordinador posa en acta i publica la nota.

El curs 2013-14 es van realitzar i defensar amb èxit un total de 27 TFM. El percentatge de notes obtingudes va ser el següent: 22,8% Excel·lents, 37,1% Notables i 17,1% Aprovats. Vuit estudiants no es van presentar repetint l'assignatura el curs següent.

Recull d'evidències a aportar

L'actual *Guia per a l'acreditació de les titulacions oficials de Grau i Màster (versió:1.0, novembre 2013)* sol·licita presentar un conjunt d'evidències que mostrin i avalin les accions i tasques fetes.

Assenyaleu amb una X si el vostre ensenyament pot evidenciar la documentació requerida actualment en el procés d'acreditació:

x	Pla docent TFM
x	Llistat amb tots els TFM presentats especificant el nom del treball, l'àmbit o línia de treball, la temàtica, el grup o línia de recerca vinculada en el cas dels TFM i la nota obtinguda per l'alumne.
	Resultats de la satisfacció dels estudiants i tutors respecte el TFM
x	Taula amb el recull dels instruments d'avaluació i rúbriques per l'avaluació dels TFM

Punts forts, punts febles i propostes de millora

PUNTS FORTS

El sistema d'assignació de tutor del TFM on es el propi estudiant qui proposa tutor, assegura un eficaç encaix entre l'estudiant i el professor-tutor, tant pel que fa referència a la temàtica a seguir com en relació a les preferències de tipus empàtic.

PUNTS FEBLES I PROPOSTES DE MILLORA

<i>Punt feble*</i>	<i>Proposta de millora</i>	<i>Responsable</i>	<i>Terminis. Calendari d'implantació</i>	<i>Caràcter de l'acció de millora (1,2,3)</i>	<i>Estat de l'acció de millora (4,5,6)</i>
No es publiquen en obert els millors TFM en el dipòsit digital de la UB	Publicació dels treballs que han obtingut nota d'excel·lent en el dipòsit digital de la UB	Coordinador del Màster	Curs 2014-15	1	5

**Els punts febles que ha de recollir aquesta taula són les febleses internes de l'ensenyament pel que fa al TFG. Si en l'anàlisi realitzat prèviament apareixen amenaces externes que no es poden modificar o solucionar amb una acció pròpia i directa per part de l'ensenyament o del centre no cal introduir-les en aquest apartat.*

- Propostes de millora que representen petits canvis de funcionament que no representen per AQU Catalunya una modificació i, per tant, no es recullen en el seu document***
- Modificacions no substancials*:** són aquells canvis menors que milloren el títol i que la universitat pot implantar com a resultat del procés de seguiment. Aquests canvis es recullen en els informes de seguiment i s'incorporen, si escau, a la memòria del títol quan s'hagi de sotmetre a un procés de modificació.
- Modificacions substancials autoritzable*:** són aquells canvis que afecten a l'estructura del títol però no suposen un canvi en la seva naturalesa i objectius. Aquests canvis se sol·liciten a través del procés de modificació

**En el document d'AQU Catalunya ["Processos per a la comunicació i/o avaluació de les modificacions introduïdes en els títols universitaris de grau i màster"](#). s'especifiquen les modificacions a què es pot sotmetre un títol universitari i la classificació d'aquestes modificacions segons la seva tipologia (no substancial i substancials autoritzables o no autoritzables)*

- Pendent Implementar
- En procés d'implementació
- Implementada