

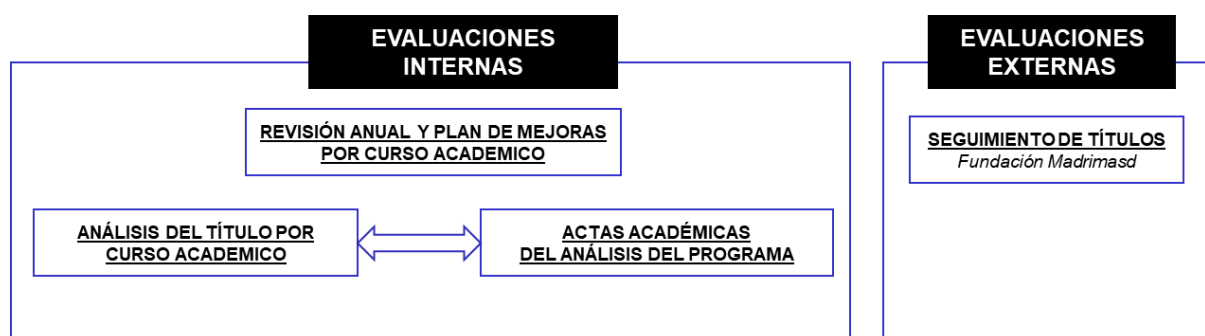
# INFORME DE SEGUIMIENDO ANUAL DEL CURSO 22-23 MÁSTER PROFESIONAL MMD+

La escuela Spain Business School (SBS) cuenta con un Sistema de Interno de Garantía de Calidad (SIGC) para los programas Másteres Profesionales cuyo diseño está certificado por la Fundación para el conocimiento Madri+D desde el 29 de noviembre de 2022 en el marco del programa CUALIFICAM. El SIGC es instrumento que permite realizar el seguimiento continuo de las titulaciones y definir las acciones de mejora que orientan a los programas hacia la excelencia. La implantación del SIGC se inició en el curso académico 2022-23 y en la actualidad se encuentra implantado en las titulaciones de Máster Profesional impartidos por la escuela. El SIGC describe los procesos básicos para el desarrollo de la garantía de calidad de los programas.

Los documentos que integran y explican el SIGC son:

- Manual del sistema de calidad
- Mapa de procesos
- Catálogo de procesos

Esta memoria de revisión del Sistema de Calidad se centra para el curso académico 2022-23.



*Figura: Esquema del sistema de Garantía de Calidad*

El SGIC describe los procesos básicos para el desarrollo de la garantía de la calidad de los programas Máster Profesional y propone una Informe de Seguimiento anual (memoria) que refleje el resultado del análisis sistemático y periódico para la mejora de los procesos y las acciones necesarias para lograr evaluar los niveles de calidad y acciones de mejora.

El presente documento tiene por objeto realizar la revisión anual del sistema SGIC en forma establecida en el proceso PO10. Se pretende con ello:

- Evaluar el grado de desarrollo del SGIC
- Evaluar el grado de implementación y eficacia
- Identificar mejoras a la eficiencia del sistema
- Planificar e implantar acciones de mejora

Este documento constituye el instrumento de rendición de cuentas del despliegue del SGIC y supone por lo tanto la revisión anual del propio sistema con la incorporación de mejoras que su uso aconseje.

Para la realización del informe nos basamos en:

- Guía de Máster Profesional Cualificam versión 01
- Documento de revisión de dimensiones 1, 2, 3 y 4
- Lista de comprobación del sistema
- Memorias anuales de programas

***Fecha del informe: 5/12/2023***

## INTRODUCCION

El presente informe de evaluación del seguimiento de la implantación del Máster Profesional en Marketing Digital, MMD+, se realiza a partir de la información publicada en la web del programa y las revisiones de las dimensiones del programa de certificación Cualificam al cual se asociada dicho programa.

El SGIC describe los procesos básicos para el desarrollo de la garantía de la calidad de los programas Máster Profesional y propone una Informe de Seguimiento anual (memoria) que refleje el resultado del análisis sistemático y periódico para la mejora de los procesos y las acciones necesarias para lograr evaluar los niveles de calidad y acciones de mejora.

El presente documento tiene por objeto realizar la revisión anual

El departamento de calidad de SBS ha procedido a realizar el informe de seguimiento del máster arriba indicado para el curso recién terminado. El informe ha sido aprobado y remitido a la Junta de la escuela de acuerdo con el procedimiento del seguimiento de título definido.

Para la realización del informe nos basamos en la guía de Máster Profesional Cualificam versión 01, definida en 4 dimensiones.

Como documentos de apoyo podemos tomar las actas de evaluación de cada una de las dimensiones. Las 4 dimensiones de control son:

- Dimensión 1: Diseño del programa
- Dimensión 2: Recursos, Procesos académicos y administrativos
- Dimensión 3: Profesorado y programa de formación
- Dimensión 4: Resultados

Para el análisis se ha definido una lista interna de comprobación para poder así ejecutar un análisis sistemático, que queda recogida en el anexo.

## DATOS DE LA EDICIÓN

A continuación, analizamos distintos datos y conclusiones de acción para mejorar la próxima edición. Los datos se obtienen en CM-indicadores del Excel de la edición. Al tratarse de la primera edición tras la implantación del SGIC no damos datos comparativos con ediciones anteriores.

### Datos cuantitativos

|                           |                                      | 2022-23   |            |
|---------------------------|--------------------------------------|-----------|------------|
| DATA                      |                                      |           |            |
| interno                   | Num. Leads                           | 1.479     |            |
| interno                   | Num. Solicitantes admisión           | 90        | 6%         |
| interno                   | Num. Solicitudes admitidas           | 80        | 89%        |
| interno                   | Num. Solicitudes de matrícula        | 40        | 50%        |
| interno                   | <b>Num. Plazas ofertadas edición</b> | <b>30</b> |            |
| interno                   | <b>Num. Alumnos</b>                  | <b>29</b> | <b>73%</b> |
| interno                   | <i>Num. Alumnos Presencial</i>       | 19        | 66%        |
| interno                   | <i>Num. Alumnos Online</i>           | 10        | 34%        |
| interno                   | Num. Abandonos (tasa de abandono)    | 0         | 0%         |
| interno                   | Num. Suspensos                       | 0         | 0%         |
| interno                   | Num. Aprobados (tasa de graduación)  | 29        | 100%       |
| interno                   | Num. Alumnos cambio edición          | 0         | 0%         |
| <b>PERFIL DE ALUMNADO</b> |                                      |           |            |
| interno                   | <i>Edad media alumnado</i>           | 30,56     |            |
| interno                   | Hombres                              | 6         | 21%        |
| interno                   | Mujeres                              | 23        | 79%        |
| interno                   | Nacionalidad Española                | 2         | 7%         |
| interno                   | Nacionalidad UE                      | 3         | 10%        |
| interno                   | Nacionalidad no UE                   | 26        | 90%        |
| interno                   | Num. Acceso por Estudios de Grado    | 21        | 72%        |
| interno                   | Num. Acceso por Estudios de Master   | 8         | 28%        |
| interno                   | Num. Acceso por Experiencia          | 0         | 0%         |
| interno                   | Experiencia < 1 año                  | 1         | 3%         |
| interno                   | Exp. 1 - 5 años                      | 11        | 38%        |
| interno                   | Exp. 5-10 años                       | 14        | 48%        |
| interno                   | Exp > 10 años                        | 3         | 10%        |

### Conclusiones

El número total de plazas ha sido cubierto en su totalidad (falta 1) siendo el proceso de admisión importante en la elección del matriculado. Venimos en crecimiento de alumnos con respecto a

ediciones anteriores del programa lo que nos hace mantener el número de plazas para la próxima edición.

A nivel promoción, captación es adecuada en el esfuerzo de marketing para las cubrir las plazas adecuadas y la promoción en portales, ferias, etc se define como el canal adecuado.

En cuanto al reconocimiento del programa es destacable que ha vuelto a ser destacado en el ranking de los mejores de másteres El Mundo en su categoría, Nº 3 en el ranking.

No ha habido tasa de abandono lo que se convierte en un éxito de edición

El 100% de los alumnos han sido alumnos a tiempo completo.

## Procesos académicos (Dimensión 2)

| ADMISIÓN                |   |     | RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS |  |      |
|-------------------------|---|-----|----------------------------|--|------|
| interno                 | Porcentaje de admisiones aprobadas (Referencia deseable +80%)                         | 89% | interno                    | Número de alumnos que solicitan reconocimiento de créditos de asignaturas docentes   | 2    |
| IND-1                   | Tiempo máximo de confirmación de la admisión (Máximo 5 días hábiles)                  | 2   | interno                    | Número de alumnos que recibe reconocimiento de créditos de asignaturas docentes  | 2    |
| MATRICULACIÓN           |   |     | interno                    | Número de alumnos que solicitan reconocimiento de créditos de prácticas académicas   | 20   |
| IND-2                   | Matrículas / Plazas ofertadas (Deseable 100%)   | 97% | interno                    | Número de alumnos que recibe reconocimiento de créditos de prácticas profesionales   | 20   |
| IND-3                   | Tiempo máximo de confirmación de matriculación (Máximo 5 días hábiles)                | 2   | IND-4                      | Número de alumnos que solicitan reconocimiento de créditos TOTALES   | 22   |
| GESTIÓN DE EXPEDIENTES  |   |     | interno                    | Número de alumnos que recibe reconocimiento de créditos TOTALES  | 22   |
| IND-7                   | Suspensiones temporales / matrículas % (máx. 10%)                                     | 0%  | IND-5                      | Alumnos que reciben reconocimiento de créditos sobre los que lo solicitan (%)  | 100% |
| IND-8                   | Bajas definitivas / matrículas % (máx. 10%)   | 0%  | IND-6                      | Tiempo máximo de confirmación de reconocimiento de crédito (días)  | 5    |
| ACTAS ACADÉMICAS        |   |     | interno                    | Número de reclamaciones formuladas en relación al proceso de reconocimiento de créditos  | 0    |
| IND-9                   | Tiempo desde emisión a firma (5 días hábiles máximo)                                  | 5   | interno                    | Número de reclamaciones resueltas en relación al proceso de reconocimiento de créditos   | NA   |
| CERTIFICADOS ACADÉMICOS |   |     | interno                    | Tiempo medio para la resolución de las reclamaciones formuladas en relación al proceso de reconocimiento de créditos (5 días hábiles máximo) | NA   |
| IND-10                  | Tiempo de emisión y comunicación (5 días hábiles máximo)                              | 4   |                            |  |      |
| REVISIÓN DEL SISTEMA    |   |     |                            |  |      |
| interno                 | Número de reclamaciones formuladas (sin contar las rec. Créd.)                        | 0   |                            |  |      |
| interno                 | Número de reclamaciones totales   | 0   |                            |  |      |
| interno                 | Número de reclamaciones atendidas   | NA  |                            |  |      |
| IND-11                  | Tiempo máximo emisión títulos desde la solicitud hasta que el alumno lo recibe (días) | 5   |                            |  |      |
| IND-12                  | Ratio de reclamaciones atendidas sobre formuladas                                     | NA  |                            |  |      |
| IND-13                  | Número de reclamaciones formuladas (nº)   | 0   |                            |  |      |
| IND-14                  | Acciones de Mejora ejecutadas sobre propuestas curso anterior                         | NA  |                            |  |      |

## Conclusiones

### 1) Admisión

Se han cumplido con los objetivos de calidad tanto en porcentaje de admisiones como en el tiempo de respuesta a las mismas.

### 2) Matriculación

Con un tiempo de respuesta muy adecuado, ha habido un déficit de 1 plaza de las ofertadas, derivado de una cancelación el día de inicio del programa por desistimiento. Al no iniciar el programa la dirección no lo contempla como participante.

### 3) Reconocimiento de créditos

Dos alumnos han solicitado reconocimiento de créditos de asignaturas a cursar, realizando el estudio de los mismo y el informe pertinente.

A nivel de reconocimiento de las prácticas académicas por experiencia laboral se han cursado 20 peticiones de alumnos que han sido aprobadas, realizando su informe y documentación.

Durante la edición no ha habido ninguna queja o sugerencia al respecto del servicio por lo que el indicador no aplica.

### 4) Gestión de expedientes

No ha habido ni bajas temporales y definitivas durante la edición lo que se traduce en un éxito.

### 5) Actas académicas

Las actas académicas cursadas siguen siendo no automatizadas en el sistema, lo que se produce como una mejora para próxima edición. En la actualidad es un Excel de control del profesor con su firma. Todo ello desde emisión a firma se ha realizado dentro del objetivo de calidad definido.

### 6) Certificados académicos

Todos los que han sido requeridos entran dentro del objetivo plazo definido. Recordemos que certificados emitidos pueden ser (admisión, matrícula, certificado para visa, certificado de estudios, etc.)

### 7) Revisión del sistema

La revisión global del SGIC se ha definido en un informe transversal a todos los programas. Sobre este programa concreto, no ha habido ninguna reclamación, queja o sugerencia registrada en el buzón habilitado.

### Práctica y Orientación (Dimensión 3)

| DIM 3 | PRÁCTICA Y ORIENTACIÓN PROFESIONAL |   | 2022/23 |
|-------|------------------------------------|---|---------|
|       | RATIOS PROFESORES                  |   |         |
|       | interno                            | Num. Profesores   | 14      |
|       | interno                            | Num. Prof. Sr. Doctor                                   | 2       |
|       | interno                            | Num. Prof. Sr. Master                                   | 12      |
|       | interno                            | Num. Tutores  | 11      |
|       | interno                            | Num. Coaches y otros perfiles                           | 3       |
|       | interno                            | Ratio Profesor / Alumno                                 | 1/2     |
|       | interno                            | Ratio Tutor / Alumno                                    | 3/8     |
|       | interno                            | Ratio Coach / Alumno                                    | 1/9     |
|       | BOLSA DE PRÁCTICAS ACADÉMICAS      |   |         |
|       | interno                            | Bolsa prácticas (solicitudes)                           | 13      |
|       | interno                            | Num. Prácticas académicas                               | 13      |
|       | interno                            | Num. De convenios usados en la edición                  | 8       |
|       | interno                            | Num. Reconocimientos de prácticas                       | 16      |
|       | IND-16                             | Alumnos con prácticas obligatorias / total matriculados | 45%     |
|       | IND-17                             | Prácticas obligatorias reconocidas / total matriculados | 55%     |
|       | BOLSA DE EMPLEO                    |   |         |
|       | IND-18                             | Bolsa de empleo (Número de ofertas)                     | 10      |
|       | IND-19                             | Num. Empleo cubiertos                                   | 16      |

### Conclusiones

La edición ha contado con 14 **profesores** y 11 **tutores**. Las ratios profesor alumno y tutor alumno es de 1 a 2 y 3 a 8, lo que supone una ratio muy buena.

El 100% de los profesores son senior y 2 son doctores (14%). Hay un apartado específico sobre los profesores de la edición en la que podremos comprobar las evidencias de estos.

La **bolsa de prácticas**, punto clave en los másteres profesionales ha sido atendida en su totalidad para los 10 alumnos que han requerido su realización. En el apartado específico más adelante analizaremos en detalle la calidad de las prácticas y empresas realizadas.

En este primer año de implantación la **Bolsa de Empleo** ha sido baja. No es un proceso que haya estado automatizado por lo que sus resultados son mejorables para las ediciones futuras. Aun así se han cubierto 16 puestos entre los empleos recibidos por SBS y los que directamente han encontrado los alumnos.

El departamento de **orientación profesional** ha atendido el 100% de las solicitudes como queda recogido en la evidencia. Se han realizado los siguientes eventos anuales:

#### EVENTOS

Usabilidad y Design Thinking

El Club567 te invita al mercadillo solidario en favor de Una Mirada en Marte

#### FECHA

21/11/2022

14/11/2022

El Club de Arte 567 te invita a la exposición de pintura "SUEÑOS" por Thomas

Näsström

30/01/2023

Club 567 te invita al Afterwork - Networking

20/06/2023

El Club de Arte y Cultura 567 le invita a asistir al Encuentro Literario con Ayanta Barilli

12/09/2023

El sistema de **tutorías** no ha sido registrado informáticamente, si por petición informal vía email, pero todos los profesores tienen reservada una hora a la semana para tutorías a los alumnos, situación que ha sido comunicada a los alumnos.

[**MEJORA**] Registro automatizado de las tutorías.

### **Eventos de red profesional**

No se han ejecutado en la edición

### **Resultados académicos (Dimensión 4)**

| DIMENSIÓN 4<br><br>RESULTADOS ACADÉMICOS, DE SATISFACCIÓN Y DE REPUTACIÓN | RESULTADOS ACADÉMICOS                                     |   |      |      |
|---|---|---|------|------|
|   | 22  | Presentados / Matriculados                                  | 100% | 100% |
|   | 23  | Aprobados / Presentados                                     | 100% | 100% |
|   | 24  | Aprobados / Matriculados                                    | 100% | 100% |
|   | SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO                                 |   |      |      |
|   | 25  | Satisfacción: Con la docencia (Escala sobre 5)              | 4,22 | 3,8  |
|   | 26  | Satisfacción: Con el Programa Formativo                     | 4,13 | 3,8  |
|   | 27  | Satisfacción: Con la Página WEB del Programa Formativo      | 5    | 3,8  |
|   | 28  | Satisfacción: Con el campus virtual                         | 4,24 | 3,8  |
|   | 29  | Satisfacción: Con los procesos académicos y administrativos | ND   | 3,8  |
|   | 30  | Satisfacción: Con las Prácticas Profesionales               | 4,23 | 3,8  |
|   | 31  | Satisfacción: Con la Bolsa de Empleo                        | ND   | 3,8  |
|   | 32  | Satisfacción: Con el servicio de orientación profesional    | 4,17 | 3,8  |
|   | 33  | Satisfacción: Con la Red Profesional                        | ND   | 3,8  |
|   | 34  | Satisfacción global con el Programa de Máster Profesional   | 4,12 | 3,8  |
|   | INSERCIÓN LABORAL, EMPLEABILIDAD Y SATISFACCIÓN DE ALUMNI |   |      |      |
|   | 35  | Egresados con empleo %                                      | 100% | 100% |
|   | 36  | Temporalidad de los Egresados con empleo %                  | 0%   |      |
|   | 37  | Subempleo de los egresados con empleo %                     | 20%  | 0%   |
|   | 38  | Fidelización de los egresados (NPS)                         | 4,5  | 3,8  |
|   | REPUTACIÓN (NPS - Recomendación de ...)                   |   |      |      |
|   | 39  | Satisfacción empresas con alumnos en prácticas (NPS)        | 4,5  | 3,8  |
|   | 40  | Satisfacción empresas con alumni empleados (NPS)            | ND   | 3,8  |

### **Conclusiones**

Las **encuestas a alumnos** se envían por cada asignatura terminada. Se han recibido 691 encuestas sobre las que se han presentado en la tabla anterior las ratios, valorados de 1 a 5. Los datos recibidos han sido satisfactorios, siendo la puntuación más baja de 4,12 sobre 5. Este punto lo desarrollamos más en los próximos apartados.

No se han realizado **encuestas a los profesores** sobre la docencia impartida. *Pendiente para la próxima edición.* [**MEJORA**]

Para conocer la **reputación del alumnado en prácticas** se han enviado a todas las empresas con las que se han realizado prácticas una encuesta. Sólo se han recibido 4 respuesta. El dato es bueno, pero la población es mínima. Se debe intentar en próximas ediciones mayor participación de las empresas.

Hemos iniciado la implantación de encuestas (20) para conocer la **reputación de las empresas con los egresados** de SBS pero no se han recibido respuesta, por lo que queda un indicador en No aplica.

La **inserción laboral** es adecuada pero mejorable. En próximas ediciones debemos mejorar la toma de datos para poder obtener nuevas y mejores decisiones.

## Satisfacción detalle en materia de programa académico

Presentamos los valores de eficiencia y satisfacción del programa

|   | N.  | P17  | P24  | P35  | P41  | P42  | P43  |
|---|-----|------|------|------|------|------|------|
| Fundamentos de entornos digitales                 | 35  | 3,77 | 4,03 | 3,97 | 3,80 | 3,80 | 3,96 |
| Marketing awareness                               | 28  | 4,07 | 4,25 | 4,36 | 4,07 | 4,14 | 4,36 |
| Marketing Pay Per Clic                            | 26  | 3,73 | 3,81 | 4,08 | 3,73 | 3,65 | 3,81 |
| Publicidad, medios y campañas                     | 27  | 4,11 | 4,41 | 4,41 | 4,22 | 4,26 | 4,33 |
| Inbound mkt y mkt automation                      | 26  | 4,27 | 4,27 | 4,50 | 4,12 | 4,15 | 4,31 |
| Comunicación, PR y RRSS                           | 26  | 4,50 | 4,62 | 4,54 | 4,42 | 4,50 | 4,54 |
| Plan de marketing                                 | 26  | 4,15 | 4,15 | 4,31 | 4,00 | 4,08 | 4,19 |
| Gestión de clientes y estrategias de fidelización | 25  | 4,04 | 4,00 | 4,16 | 3,96 | 4,00 | 4,00 |
| Analítica y Medición                              | 27  | 3,48 | 3,85 | 4,44 | 3,70 | 3,74 | 3,89 |
| MMD+ - MASTER MARKETING DIGITAL                   | 357 | 4,13 | 4,22 | 4,24 | 4,12 | 4,12 | 4,24 |
| Habilidades                                       | 32  | 4,13 | 4,28 | 4,13 | 4,28 | 4,13 | 4,19 |
| Emprendimiento y Startup                          | 17  | 4,17 | 4,23 | 4,43 | 4,30 | 4,26 | 4,17 |
| PRACTICAS CURRICULARES                            | 22  | 4,18 | 4,18 | 4,50 | 4,18 | 4,23 | 4,23 |
| TRABAJO FIN DE MASTER                             | 17  | 4,18 | 4,12 | 4,29 | 4,12 | 4,12 | 4,06 |

### LEYENDA

Todos los valores superan el umbral mínimo definido (3,8), en todas las categorías

- P17. Satisfacción con el curso (programa formativo)
- P24. Satisfacción con la docencia
- P35. Satisfacción con el campus
- P41. Satisfacción de expectativas
- P42. Satisfacción global de todos los parámetros
- P43. Satisfacción con los tutores académicos
- : Satisfacción con el trabajo fin de master (P42 de asignatura TFM)
- : Satisfacción con coach académico (P42 de asignatura habilidades)

## Conclusiones

Los indicadores de satisfacción global de los estudiantes con la planificación de la enseñanza y el desarrollo de la docencia se mantienen en unos niveles altos y alineados a los objetivos de la escuela, pero cabe destacar los puntos inferiores al nivel de calidad definido.

- Fundamentos. Piden mayor extensión de este curso
- Marketing Pay per clic. Piden más práctica operativa y no sólo estrategia
- Analítica. Piden mayor extensión de este curso

## Satisfacción y datos detalle de los profesores

Distinguimos los profesores como los tutores dinámicos del campus y los profesores de las clases presenciales. En este apartado revisamos este punto de presencialidad

En el curso 22-23 del título han participado los siguientes profesores principales.

A continuación, presentamos los datos de las encuestas realizadas sobre los profesores y sus clases en directo.

|  | PROFESORES             | PERFIL | EVALUACIÓN |
|--|------------------------|--------|------------|
| <b>Fundamentos de entornos digitales</b>                 | M. Angel Blanco        | Sr. M  | 4,5        |
|  | Luis Miguel Larriba    | Sr. M  | 4,2        |
|  | Álvaro Varona          | Sr. D  | 4,5        |
| <b>Marketing awareness</b>                               | <i>M. Angel Blanco</i> | Sr. M  | 4,4        |
|  | Víctor Barrio          | Sr. M  | 4,0        |
| <b>Marketing Pay Per Clic</b>                            | Liliana Rodrigues      | Sr. M  | 3,8        |
| <b>Publicidad, medios y campañas</b>                     | Diego Sanabria         | Sr. M  | 4,3        |
| <b>Inbound mkt y mkt automation</b>                      | <i>M. Angel Blanco</i> | Sr. M  | 4,3        |
| <b>Comunicación, PR y RRSS</b>                           | Inma Solís             | Sr. M  | 4,5        |
| <b>Plan de marketing</b>                                 | M. Mangas              | Sr. D  | 4,2        |
| <b>Gestión de clientes y estrategias de fidelización</b> | Miguel Houghton        | Sr. M  | 4,0        |
|  | Pedro Garicano         | Sr. M  | 4,1        |
| <b>Analítica y Medición</b>                              | Andrés Menchero        | Sr. M  | 3,9        |
| <b>Habilidades</b>                                       | Nuria Oriol            | Sr. M. | 4,2        |
| <b>Emprendimiento y Startup</b>                          | José Luis Blanco       | Sr. M. | 4,2        |
| <b>PRACTICAS CURRICULARES</b>                            | Carmen Luna            | Sr. M. | 4,2        |
| <b>TRABAJO FIN DE MASTER</b>                             | <i>Inma Solis</i>      | Sr. M  | 5,0        |
|  | <i>M. Ángel Blanco</i> | Sr. M  | 5,0        |
|  | <i>M. Mangas</i>       | Sr. D  | 5,0        |

(\*) Valor de P43, satisfacción global del profesor

### Conclusiones

Todos los profesores que han impartido clase en la edición 22/23 han sido de perfil Senior y tiene una valoración positiva. Ponemos en supervisión a Liliana Rodrigues y Andrés Menchero que son los que menor valoración han tenido y por debajo de 4.

### Detalle prácticas académicas

| ALUMNO                        | EMPRESA<br>CONVENIO                       | COMENTARIOS  |
|-------------------------------|---|--|
| Adriana Lucia Rojas (51901)   | Repagalia                                 | Todo positivo  |
| Sarah María López (53276)     | Spain Business School                     | Todo positivo  |
| Fernando Valenzuela (53715)   | AGENCIA EUROPEA DE<br>COMUNICACIÓN VISUAL | Todo positivo  |
| Carelis Molina (54154)        | Spain Business School                     | Todo positivo  |
| Alondra Rosas (57811)         | Gueytours (México)                        | Le faltó más contacto con el tutor de la escuela durante las prácticas. Por lo demás todo positivo |
| Francisco Moris (58210)       | Indalo Servicios<br>Generales             | Todo positivo  |
| Laura Stefanía Romero (58508) | Spain Business School                     | Todo positivo  |
| Anabel Betances (58588)       | Nexum Tramilex                            | Todo positivo  |

|                               |                       |   |
|-------------------------------|-----------------------|---|
| Milly Rodrigue3z (58807)      | Spain Business School | Todo positivo   |
| Nicole Paola (58811)          | Hola Place            | Indica que el máster no ha sido de valor para sus prácticas, no cumplimiento las prácticas sus expectativas |
| Regina de la Cruz (58814)     | Spain Business School | Todo positivo   |
| Jose Antonio Catarcia (58817) | Spain Business School | Todo positivo   |
| Karolain Pinilla (58314)      | Spain Business School | Todo positivo   |
|                               |                       |   |

Se han firmado 8 convenios para hacer cumplimiento al 100% de prácticas. En general han sido muy positivas a excepción de Nicole Paola que se estudiará más en detalle y se dialoga con ella para mejorar en próximas ediciones.

Se detecta una carga alta de prácticas en SBS que hay que minimizar en próximas ediciones

[**MEJORA**], Mejorar la gestión y procesos de revisión periódica para detección temprana

## Gestión y control de la Inserción laboral

### Análisis y valoración

El curso 22-23 ha sido el primero curso de implantación real motivo por el cual se dispone de pocos datos. Hemos intentado contactar con antiguos alumnos y empresas de egresados con receptibilidad informal buena, pero colaboración documental inexistente.

|         |  |      |         |
|---------|--|------|---------|
| interno | Alumnos trabajando antes M.  | 28   |         |
| interno | Alumnos trabajando durante M.  | 29   |         |
| interno | Alumnos trabajando al acabar el M. (empleabilidad)                         | 29   | 10      |
| interno | Trabajando con cont. indefinido  | 7    |         |
| interno | Trabajando con cont. temporal o prácticas                                  | 2    |         |
| interno | Trabajando en subempleo  | 2    |         |
| interno | Alumnos que siguen estudiando, no quieren trabajar o no saben no contestan | 1    |         |
| interno | Alumnos sin empleo y en búsqueda   |      |         |
| interno | Alumnos trabajando año 1   | 29   | invest. |
| interno | Alumnos trabajando 2 años (corto plazo)                                    | 100% | 10      |
| interno | Alumnos trabajando año 5 (largo plazo)                                     |      |         |

Se ha procedido a realizar encuestas que han sido contestadas por 10 alumnos. Luego se ha realizado una inspección linkedin para completar resultados

### Puntos fuertes y logros

Se ha

Ha habido un alto índice de empleabilidad de alumnos recién titulados (90-100%) recogido en CM15.1 muchos de ellos por acción directa de la escuela

Se ha hecho una prospección a egresados de más de 2 años para estudio de fidelidad y subdimensión 4.12 de vinculación, pero no se ha recibido ninguna respuesta.

### Puntos débiles y propuestas de mejora

La extracción de la información ha sido compleja. Se procede a solicitar un desarrollo específico al área de tecnología que facilita esta acción. Se desea que en el primer semestre de 2024 pueda estar en funcionamiento.

Intensificaremos el uso del canal alumni en linkedin para ganar fidelización

### Gestión de incidencias, reclamaciones, sugerencias y felicitaciones

La gestión de queja, sugerencias y reclamaciones se realiza desde el buzón publico de Cualificam para el título, <https://cualificam.com/BuzonRegistro/BuzonSugerencias?IdPrograma=518>. Es un buzón para el usuario y el alumno implementado en el curso 22/23. Con anterioridad se recibían por correo a [info@spainbs.com](mailto:info@spainbs.com)

No ha habido en el curso de análisis ninguna reclamación o queja registrada.

## Propuestas de mejora para 2023-24

|   | <b>Objetivo de la propuesta y acciones de mejora para conseguir el objetivo</b>  | <b>Responsable</b>                         | <b>Indicadores</b> |
|---|--|--|--------------------|
| 1 | Aumentar la calidad y revisión de las empresas y puestos para las prácticas académicas   | Servicio de Orientación Profesional (SOPP) |                    |
| 2 | Hacer visible en la web el sistema de calidad y específicamente el procedimiento de Reconocimiento de créditos.  | Comité de calidad                          |                    |
| 3 | Automatización de actas<br>Automatizar sistema de tutorías   | Dpto. Tecnología                           |                    |
| 4 | Realizar encuestas a los profesores  | Dpto. Académico                            |                    |
| 5 | Mayor acercamiento a las empresas para incorporar una Bolsa de empleo y prácticas mejorada para recepción de más encuestas y obtener más datos de varo para la mejora continua                                 | (SOPP)                                     |                    |
| 6 | Proponer la puesta en marcha del proyecto Alumni. Como objetivo fijamos la edición 2025-26 como la que debe tener implementado Alumni y así incorporar a las 3 ediciones de egresados del programa certificado | Gerencia                                   |                    |
|   | Como mejor a de calidad, incorporar las certificaciones ISO 9001 y 14001   | Comité de calidad                          |                    |
|   |  |  |                    |

## Propuestas de mejora ejecutadas del curso anterior

No aplica.

## Resumen final

Se analiza el sistema en su globalidad así como cada uno de los aspectos de las dimensiones.

Se determina la necesidad de realizar las mejoras indicadas en la evaluación del informe de certificación. (Ver anexo)

## **Anexo: LISTA DE COMPROBACIÓN DE LOS DIFERENTES ELEMENTOS DEL SISTEMA)**

Se han realizado un autodiagnóstico previo de los siguientes aspectos a valorar en detalle posteriormente.:

### **INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO**

- La página web del título ofrece información sobre el título que considera crítica, suficiente y relevante de cara al estudiante
  - Si, cumple
- La estructura de la web permite un fácil acceso a la información puesta a disposición
  - Si, cumple
- Esta información está actualizada
  - Si, cumple

### **ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO**

- Estructura y funcionamiento del sistema de garantía de calidad del título
  - Cumple. Es el primer año de implantación, pero se cubre los mínimos. Mejora cada día.
- Análisis del funcionamiento de los mecanismos de coordinación docente
  - Cumple. La coordinación vertical director/docente está muy implantada con al menos 3 reunión bilaterales. La coordinación horizontal se ha implantado con éxito en el curso 22/23.
- Análisis de los resultados obtenidos a través de los mecanismos de evaluación de la calidad de la docencia del título.
  - Cumple. Se estudian los resultados de los indicadores en posteriores apartados
- Análisis del funcionamiento del sistema de quejas y reclamaciones.
  - Cumple. Se ha puesto en marcha el sistema informático coordinado con la web de Cualificam para darle mayor credibilidad y trazabilidad

### **INDICADORES DE RESULTADO**

- Indicadores académicos y análisis de estos
  - Cumple. Se tratan los indicadores del CM en un apartado independiente
- Análisis de los resultados obtenidos relativos a la satisfacción de los colectivos implicados en la implantación del título (estudiantes, profesores, personal de administración y servicios y agentes externos).
  - Cumple. Se tratan los indicadores del CM en un apartado independiente
- Análisis de los resultados de la inserción laboral de los egresados y de su satisfacción con la formación recibida.

- Cumple. Se tratan los indicadores del CM en un apartado independiente. El cumplimiento es efectivo, pero hay propuesta de mejora para el próximo curso académico.
- Análisis de la calidad de las prácticas externas.
  - Cumple. Se tratan los indicadores del CM en un apartado independiente

#### **TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO O ACREDITACIÓN.**

- CUMPLE. Se ha procedido a dar respuesta e implantar todas las propuestas de mejora efectuadas por la agencia de evaluación Fundación para el conocimiento Madri+d para su evaluación este mismo mes como parte de la acreditación iniciar “en favorable con revisión”

#### **MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS.**

- Naturaleza y características de las modificaciones sustanciales realizadas
  - CUMPLE. Se ha procedido a ajustar la parte de optativas con nuevas especialidades.
- Naturaleza y características de las modificaciones no sustanciales realizadas
  - NO PROCEDE

#### **RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.**


- CUMPLE. Identificadas en cada uno de los puntos de análisis y valoración.

#### **RELACIÓN Y ANÁLISIS DE PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTA DE MEJORA**

- CUMPLE. Identificadas en cada uno de los puntos de análisis y valoración.

Nota: La información de detalle del título en el curso académico 22/23 queda recogido en la carpeta <https://www.dropbox.com/scl/fo/a72ysr12fh1uhrzc426tr/h?rlkey=pvkz34ob28vtivioj1mclb195&dl=0>

## Anexo Indicadores

|  <b>CUADRO DE INDICADORES DE CALIDAD</b><br><b>MMD+. Máster Profesional Marketing Digital (567)</b><br><b>EDICIÓN 2022/23 (621)</b> |  |           |                    |
|--|--|-----------|--------------------|
| DIMENSIÓN 2<br><br>PROCESOS<br>ACADÉMICOS Y<br>ADMINISTRATIVOS   | ADMISIÓN   |           | Referente deseable |
|  | 1  | Valor SBS |                    |
|  | Tiempo máximo de confirmación de admisión (días)   | 2         | 5 días hábiles     |
|  | MATRICULACIÓN  |           |                    |
|  | 2 Matrículas / plazas ofertadas en la convocatoria                                       | 97%       | 100%               |
|  | 3 Tiempo máximo de confirmación de matriculación (días)                                  | 2         | 5 días hábiles     |
|  | RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS   |           |                    |
|  | 4 Alumnos que solicitan reconocimiento de créditos (nº)                                  | 22        |                    |
|  | Alumnos que reciben reconocimiento de créditos sobre los que lo solicitan (%)            | 100%      |                    |
|  | 6 Tiempo máximo de confirmación de reconocimiento de crédito (días)                      | 5         | 5 días hábiles     |
|  | GESTIÓN DE EXPEDIENTES   |           |                    |
|  | 7 Suspensiones temporales de matrículas (%)  | 0%        |                    |
|  | 8 Bajas definitivas / matrículas %   | NA        |                    |
|  | ACTAS ACADÉMICAS   |           |                    |
|  | 9 Tiempo máximo desde la emisión a la firma de actas (días)                              | 5         | 5 días hábiles     |
| DIMENSIÓN 3<br><br>PRÁCTICA Y<br>ORIENTACIÓN<br>PROFESIONAL  | CERTIFICADOS ACADÉMICOS  |           |                    |
|  | 10 Tiempo máximo emisión certificados (días)   | 4         | 5 días hábiles     |
|  | REVISIÓN DEL SISTEMA   |           |                    |
|  | 11 Tiempo máximo emisión títulos desde la solicitud hasta que el alumno lo recibe (días) | 5         | 5 días hábiles     |
|  | 12 Ratio de reclamaciones atendidas sobre formuladas                                     | NA        | 100%               |
|  | 13 Número de reclamaciones formuladas (nº)   | 0         |                    |
|  | 14 Acciones de Mejora ejecutadas sobre propuestas curso anterior                         | NA        | 100%               |
|  | 15 Número de Acciones de Mejora nuevas propuestas (nº)                                   | 6         |                    |
|  | BOLSA DE PRÁCTICAS PROFESIONALES   |           |                    |
|  | 16 Alumnos con prácticas obligatorias / total matriculados                               | 45%       | 100%               |
|  | 17 Prácticas obligatorias reconocidas / total matriculados                               | 55%       |                    |
|  | BOLSA DE EMPLEO  |           |                    |
|  | 18 Ofertas de empleo   | 10        |                    |
|  | 19 Ofertas de empleo cubiertas   | 16        | 160%               |
|  | ORIENTACIÓN PROFESIONAL  |           |                    |
|  | 20 Peticiones de orientación profesional   | 2         |                    |
|  | 21 Peticiones orientación profesional atendidas / solicitadas                            | 100%      | 100%               |
| DIMENSIÓN 4<br><br>RESULTADOS<br>ACADÉMICOS, DE<br>SATISFACCIÓN Y DE<br>REPUTACIÓN   | RESULTADOS ACADÉMICOS  |           |                    |
|  | 22 Presentados / Matriculados  | 100%      | 100%               |
|  | 23 Aprobados / Presentados   | 100%      | 100%               |
|  | 24 Aprobados / Matriculados  | 100%      | 100%               |
|  | SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO  |           |                    |
|  | 25 Satisfacción: Con la docencia (Escala sobre 5)  | 4,22      | 3,8                |
|  | 26 Satisfacción: Con el Programa Formativo   | 4,13      | 3,8                |
|  | 27 Satisfacción: Con la Página WEB del Programa Formativo                                | 5         | 3,8                |
|  | 28 Satisfacción: Con el campus virtual   | 4,24      | 3,8                |
|  | 29 Satisfacción: Con los procesos académicos y administrativos                           | ND        | 3,8                |
|  | 30 Satisfacción: Con las Prácticas Profesionales   | 4,23      | 3,8                |
|  | 31 Satisfacción: Con la Bolsa de Empleo  | ND        | 3,8                |
|  | 32 Satisfacción: Con el servicio de orientación profesional                              | 4,17      | 3,8                |
|  | 33 Satisfacción: Con la Red Profesional  | ND        | 3,8                |
|  | 34 Satisfacción global con el Programa de Máster Profesional                             | 4,12      | 3,8                |
| DIMENSIÓN 5<br><br>RESULTADOS<br>LABORALES, DE<br>EMPLEABILIDAD Y<br>SATISFACCIÓN DE<br>EGRESADOS  | INSERCIÓN LABORAL, EMPLEABILIDAD Y SATISFACCIÓN DE ALUMNI                                |           |                    |
|  | 35 Egresados con empleo %  | 100%      | 100%               |
|  | 36 Temporalidad de los Egresados con empleo %  | 0%        |                    |
|  | 37 Subempleo de los egresados con empleo %   | 20%       | 0%                 |
|  | 38 Fidelización de los egresados (NPS)   | 4,5       | 3,8                |
|  | REPUTACIÓN (NPS - Recomendación de ...)  |           |                    |
|  | 39 Satisfacción empresas con alumnos en prácticas (NPS)                                  | 4,5       | 3,8                |
|  | 40 Satisfacción empresas con alumni empleados (NPS)                                      | ND        | 3,8                |

## Anexo Revisión informe certificación definitivo de nov/2023

| VALORACIÓN  |   | MEJORAS  |
|---|---|--|
| <b>DIMENSIÓN 1. Diseño del programa</b>   |   |  |
| Subdimensión 1.1 – Perfil de ingreso y de egreso                                      |   |  |
|   | Cumplimiento completo   |  |
| Subdimensión 1.2 – Coherencia de diseño de programa                                   |   |  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Incorporar el número de horas presencial o síncronas</li> <li>Dar acceso a las guías docentes de las especialidades</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>En las guías que aparecen en la web se presenta el detalle solicitado</li> </ul>  |
| Subdimensión 1.3 – Alianzas y cooperación   |   |  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Convenios de prácticas académicas no están desagregados y definir claramente alcance, horas.</li> <li>Ampliar acuerdos con ONGs que aporten valores a los alumnos</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Desagregar los convenios e informe de convenios en uso por edición.</li> <li>Mostrar únicamente prácticas curriculares y definir el alcance en relación a las competencias del máster</li> <li>Buscar ONG con las que colaborar pero en el ámbito de aportar valores a los estudiantes</li> </ul> |
| Subdimensión 1.4 – Ética, responsabilidad Social y Sostenibilidad                     |   |  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Memorias e informes de calidad en la web</li> <li>Mejorar análisis de EEES</li> <li>Realizar planes de acción de ODS</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Incorporar en la web los informes, memorias y sistema de calidad</li> <li>Definir un portal de transparencia propio en la web</li> </ul>  |
| <b>DIMENSIÓN 2. Recursos y Procesos Académicos y Administrativos</b>                  |   |  |
| Subdimensión 2.1 – Página web y Campus Virtual  |   |  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Página web. Mejorar la información</li> <li>Campus virtual. Se exponen muchas reticencias a la seguridad y fiabilidad</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar un análisis del completo del campus y en base a las deficiencias encontradas realizar sus mejoras, así como el sistema documentado del mismo.</li> </ul>   |
| Subdimensión 2.2 – Procesos académicos y administrativos                              |   |  |
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Procedimiento de reconocimiento de créditos no publicado en la web</li> <li>No se encuentran evidencias del proceso de revisión anual de los procedimientos para mejorarlos</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Publicar en la web el sistema de calidad y concretamente el procedimiento de reconocimiento de créditos</li> <li>Revisar y ajustar el procedimiento de revisión anual</li> </ul>  |
| <b>DIMENSIÓN 3. Profesorado y Programa de Formación</b>                               |   |  |
| Subdimensión 3.1 – Profesorado  |   |  |
|   | <p>Cumplimiento sustancial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dar evidencias del perfil del profesorado</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Añadir en la carpeta del profesorado <ul style="list-style-type: none"> <li>Vida laboral</li> <li>CV</li> <li>Linkedin</li> </ul> </li> </ul>   |
| Subdimensión 3.2 – Tutores académicos, coaches, orientadores y otro personal de apoyo |   |  |
|   | <p>Cumplimiento parcial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dar evidencias de los tutores académicos y que sean suficientes</li> <li>Dar evidencias de las tutorías realizadas</li> <li>Revisar los perfiles de coaches para ver si son suficientes</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Asignación de los tutores académicos ya que se estaban asignando erróneamente.</li> <li>Asegurar un ratio por tutor inferior a 50 alumnos</li> <li>Registrar las tutorías realizadas</li> <li>Asegurar un ratio pro coach inferior a 80 alumnos</li> </ul>  |

|  |  |   |  |
|--|--|---|--|
|  |  |   |  |
|  |  | <b>Subdimensión 3.3 – Encargo académico</b>   |  |
|  |  | Cumplimiento completo   |  |
|  |  | <b>Subdimensión 3.4 – Plan de formación</b>   |  |
|  |  | <p>Cumplimiento sustancial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>No hay evidencias del registro de tutorías, cotas de coaches, ni reuniones internas.</li> <li>No hay evidencia de la revisión anual del sistema para la mejora continua</li> <li>No hay evidencia del seguimiento de estudio del cuadro de mando, y buzón queja/sugerencia.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar un registro de las tutorías realizadas</li> <li>Realizar la evidencia del calendario académico, exámenes y horarios de tutorías.</li> <li>Realizar un registro de las citas de coaches.</li> <li>Realizar reuniones sistemáticas de mejora</li> <li>Realizar reunión e informe final del sistema completo.</li> </ul>  |
|  |  | <b>Subdimensión 3.5 – Práctica y Orientación profesional</b>  |  |
|  |  | <p><b>Cumplimiento parcial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>No se ha podido comprobar que todas las prácticas realizadas sean adecuadas al perfil del programa</li> <li>Recomiendas gestionar la bolsa de practicas y empleo desde el campus y no vía email</li> <li>No hay evidencia de evaluar anualmente los resultados de las prácticas</li> <li>No se encuentran evidencias de la Bolsa de empleo</li> <li>No hay evidencias de la organización anual de actividades de orientación profesional y mejora de la empleabilidad de su alumnado</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar seguimiento de empresas y perfiles demandados para mejorar la adecuación al programa.</li> <li>Uso del campus para la gestión de practicas y empleo. Inicialmente a través del foro del campus hasta que se desarrolle esta parte tecnológicamente.</li> <li>Realizar el informe y análisis de las prácticas realizadas</li> <li>Desarrollar actividades anuales enfocadas al área.</li> </ul> |
|  |  | <b>DIMENSIÓN 4. Resultados</b>  |  |
|  |  | <b>Subdimensión 4.1 – Profesorado</b>   |  |
|  |  | <p><b>Cumplimiento parcial</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>No se presenta evidencia del análisis de los resultados</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar y dejar evidencia del análisis</li> </ul>  |
|  |  | <b>Subdimensión 4.2 – Satisfacción del alumnado</b>   |  |
|  |  | <p>Cumplimiento completo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>No se presenta evidencia del análisis de los resultados</li> <li>No se incluyen las actividades que se realizan respecto a la actualización de la Red profesional. Revisar y ampliar el procedimiento</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar y dejar evidencia del análisis</li> <li>Revisar y mejorar el procedimiento de la Red Profesional</li> </ul>  |
|  |  | <b>Subdimensión 4.3 – Vinculación con los antiguos alumnos</b>  |  |
|  |  | <p>Cumplimiento sustancial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>No se presenta evidencia del análisis de los resultados</li> <li>Se recomienda revisar y ampliar le Procedimiento de evaluación de la inserción laboral, empleabilidad y la satisfacción del Egresado</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar y dejar evidencia del análisis</li> <li>Revisar y mejorar el procedimiento</li> </ul>  |
|  |  | <b>Subdimensión 4.4 – Reputación</b>  |  |
|  |  | Cumplimiento completo   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Hacer hincapié en las empresas para que indiquen su satisfacción con la preparación de los estudiantes en prácticas.</li> </ul>   |
|  |  |   |  |