

INFORME DE SEGUIMIENDO ANUAL DEL CURSO 23-24 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 inicio en el curso académico 2023-24 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.

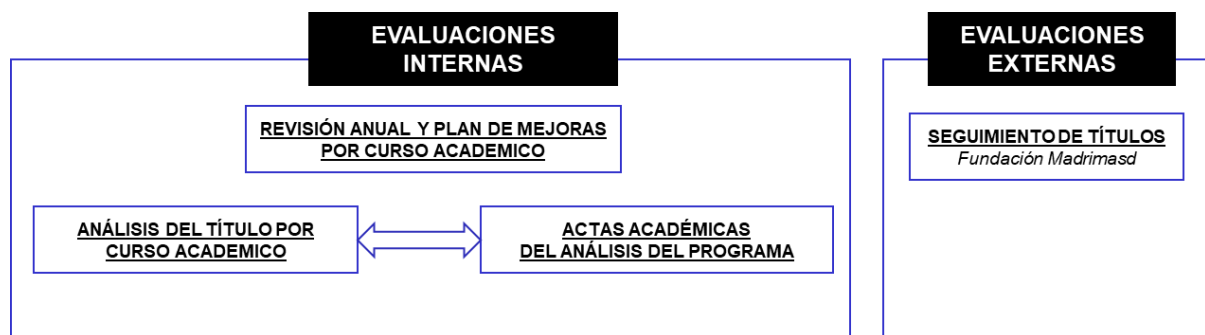


Figura: Esquema del sistema de Garantía de Calidad

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: 5/11/2024

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		2023-24	
DATA					
interno	Num. Leads	1.479		1.880	
interno	Num. Solicitantes admisión	90	6%	150	8%
interno	Num. Solicitudes admitidas	80	89%	69	46%
interno	Num. Solicitudes de matrícula	40	50%	69	100%
interno	Num. Plazas ofertadas edición	30		60	
interno	Num. Alumnos	29	73%	60	87%
interno	<i>Num. Alumnos Presencial</i>	19	66%	46	77%
interno	<i>Num. Alumnos Online</i>	10	34%	14	23%
interno	Num. Abandonos (tasa de abandono)	0	0%	2	3%
interno	Num. Suspensos	0	0%	1	2%
interno	Num. Aprobados (tasa de graduación)	29	100%	57	95%
interno	Num. Alumnos cambio edición	0	0%	0	0%
PERFIL DE ALUMNADO					
interno	<i>Edad media alumnado</i>	30,56		28,72	
interno	Hombres	6	21%	10	17%
interno	Mujeres	23	79%	50	83%
interno	Nacionalidad Española	2	7%	5	8%
interno	Nacionalidad UE	3	10%	6	10%
interno	Nacionalidad no UE	26	90%	54	90%
interno	Num. Acceso por Estudios de Grado	21	72%	53	88%
interno	Num. Acceso por Estudios de Master	8	28%	7	12%
interno	Num. Acceso por Experiencia	0	0%	0	0%
interno	Experiencia < 1 año	1	3%	12	20%
interno	Exp. 1 - 5 años	11	38%	29	48%
interno	Exp. 5-10 años	14	48%	12	20%
interno	Exp > 10 años	3	10%	7	12%

Conclusiones

Dada la alta demanda de leads de que se han venido recibiendo se ha procedido a duplicar las plazas siendo cubiertas todas. Cabe destacar que ha habido 2 abandonos tempranos de alumnos becados por su país.

El perfil es ligeramente menos senior que en ediciones anteriores.

Procesos académicos (Dimensión 2)

PROCESOS ACADÉMICOS Y ADMINISTRATIVOS				RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS		2022-23		2023-24
ADMISIÓN								
interno	Porcentaje de admisiones aprobadas (Referencia deseable +80%)	89%	46%	interno	Número de alumnos que solicitan reconocimiento de créditos de asignaturas docentes	2		5
IND-1	Tiempo máximo de confirmación de la admisión (Máximo 5 días hábiles)	2	3	interno	Número de alumnos que recibe reconocimiento de créditos de asignaturas docentes	2		5
MATRICULACIÓN				interno	Número de alumnos que solicitan reconocimiento de créditos de prácticas académicas	20	69%	46
IND-2	Matrículas / Plazas ofertadas (Deseable 100%)	97%	100%	interno	Número de alumnos que recibe reconocimiento de créditos de prácticas profesionales	20		46
IND-3	Tiempo máximo de confirmación de matriculación (Máximo 5 días hábiles)	2	2	IND-4	Número de alumnos que solicitan reconocimiento de créditos TOTALES	22		46
GESTIÓN DE EXPEDIENTES				interno	Número de alumnos que recibe reconocimiento de créditos TOTALES	22		46
IND-7	Suspensiones temporales / matrículas % (máx. 10%)	0%	0%	IND-5	Alumnos que reciben reconocimiento de créditos sobre los que lo solicitan (%)	100%		100%
IND-8	Bajas definitivas / matrículas % (máx. 10%)	0%	3%	IND-6	Tiempo máximo de confirmación de reconocimiento de crédito (días)	5		5
ACTAS ACADÉMICAS				interno	Número de reclamaciones formuladas en relación al proceso de reconocimiento de créditos	0		0
IND-9	Tiempo desde emisión a firma (5 días hábiles máximo)	5	5	interno	Número de reclamaciones resueltas en relación al proceso de reconocimiento de créditos	NA		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		NA
IND-10	Tiempo de emisión y comunicación (5 días hábiles máximo)	4	4					

Conclusiones

1) Admisión

Ha habido un aumento significativo en el numero de solicitantes por lo que los tiempos han aumentado pero dentro del umbral de calidad, por lo que se considera aceptable.

2) Matriculación

Se cubren todas la plazas ofertadas dentro de la convocatoria y tiempos establecidos

3) Reconocimiento de créditos

Esta convocatoria ha tenido un numero elevado de solicitudes, todas ellas tratadas satisfactoriamente como queda reflejado en la data de los indicadores, alcanzando el 100% y dentro de los umbrales tiempo establecidos.

4) Gestión de expedientes

Dos bajas tempranas que contrastan con que son dos becas 100% de su gobierno. Se ha intentando captarlos y retenerlos pero es motivado por temas personales que les ha impedido realizar el master.

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, matricula, 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		2023/24	
	RATIOS PROFESORES					
	interno	Num. Profesores	14		15	
	interno	Num. Prof. Sr. Doctor	2	14%	2	13%
	interno	Num. Prof. Sr. Master	12		13	
	interno	Num. Tutores	11		13	
	interno	Num. Coaches y otros perfiles	3		4	
	interno	Ratio Profesor / Alumno	1/2		1/4	
	interno	Ratio Tutor / Alumno	3/8		2/9	
	interno	Ratio Coach / Alumno	1/9		1/15	
	BOLSA DE PRÁCTICAS ACADÉMICAS		2022-23		2023-24	
	interno	Bolsa prácticas (solicitudes)	13		15	
	interno	Num. Prácticas académicas	13		15	
	interno	Num. De convenios usados en la edición	8		13	
	interno	Num. Reconocimientos de prácticas	16		45	
	IND-16	Alumnos con prácticas obligatorias / total matriculados	45%		25%	
	IND-17	Prácticas obligatorias reconocidas / total matriculados	55%	100%	75%	100%
	BOLSA DE EMPLEO		2022-23		2023-24	
	IND-18	Bolsa de empleo (Número de ofertas)	10		19	
	IND-19	Num. Empleo cubiertos	16	160%	15	79%
	ORIENTACIÓN PROFESIONAL		2022-23		2023-24	
	IND-20	Peticiones de orientación profesional	2		8	
	interno	Num. Orientaciones realizadas	2		8	
	IND-21	Peticiones de orientación atendidas / solicitadas (Referente 100%)	100%		100%	
	OTROS DATOS DE INTERÉS		2022-23		2023-24	
	interno	Peticiones de tutorías	ND		ND	
	interno	Num. De Tutorías realizadas	ND	#####	ND	
	interno	Num. Eventos Red profesional	0		0	
	interno	Num. Eventos Orientación profesional	5		1	
	interno	Alumnos trabajando antes M.	28		39	
	interno	Alumnos trabajando durante M.	29		59	
	interno	Alumnos trabajando al acabar el M. (empleabilidad)	29	10	46	14
	interno	Trabajando con cont. indefinido	7		11	
	interno	Trabajando con cont. temporal o prácticas	2		0	
	interno	Trabajando en subempleo	2		1	
	interno	Alumnos que siguen estudiando, no quieren trabajar o no saben no contestan	1		4	
	interno	Alumnos sin empleo y en búsqueda			3	
	interno	Alumnos trabajando año 1	29	invest.	77%	13
	interno	Alumnos trabajando 2 años (corto plazo)	100%	10		
	interno	Alumnos trabajando año 5 (largo plazo)				

Conclusiones

La edición ha contado con 15 **profesores** y 13 **tutores**. Las ratios profesor alumno y tutor alumno es de 1 a 4 y 2 a 9, lo que supone una ratio muy buena. Como se ha aumentado el número de alumnos con un equilibrio entre presencial y online se ha reformado en tutores.

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 15 alumnos que han requerido su realización. En el apartado específico más adelante analizaremos en detalle la calidad de las prácticas y empresas realizadas. Por segundo año se detecta que el perfil que accede al máster es un perfil con experiencia profesional que busca un cambio de mejor laboral por lo que basa su interés en el empleo y no las prácticas, solicitando el reconocimiento de créditos de la asignatura.

En este primer año de implantación la **Bolsa de Empleo** sigue siendo baja, pero se nota una mejora con respecto al año anterior lo que es una garantía de calidad en la puesta en marcha del procedimiento.

El departamento de **orientación profesional** ha atendido el 100% de las solicitudes (8) como queda recogido en la evidencia. Se han realizado los siguientes eventos anuales:

EVENTO

Feria de Empleo en la Era Digital	28/11/2023	FEED 2023 - Entrada Gratuita
Debate coloquio previo a la creación del Club de Talento 567	07/12/2023	Club567
Claves de un buen liderazgo: Comunicación y Soft Skills imprescindibles	24/01/2024	Webinar SBS Las claves del liderazgo (Bros Group) campus.spainbs.com/landing2.aspx?idca=253&ido=345&utm_source=eventos&utm_medium=eventos&utm_campaign=webinarbg
Webinar Employer Branding	28/02/2024	ventos&utm_campaign=webinarbg

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)

DIM 4 RESULTADOS ACADÉMICOS, DE SATISFACCIÓN Y DE REPUTACIÓN				
	RESULTADOS ACADÉMICOS		2022-23	2023-24
	interno	Num. De presentados	29	59
	IND-22	Presentados / Matriculados	100%	98%
	IND-23	Aprobados / Presentados	100%	97%
	IND-24	Aprobados / Matriculados	100%	95%
SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO				
	interno	Número de encuestas enviadas	357	497
P24	IND-25	Satisfacción: Con la docencia (Escala sobre 5)	4,22	4,17
P17	IND-26	Satisfacción: Con el Programa Formativo	4,13	4,05
P34	IND-27	Satisfacción: Con la Página WEB del Programa Formativo	5,00	5,00
P35	IND-28	Satisfacción: Con el campus virtual	4,24	4,30
P23	IND-29	Satisfacción: Con los procesos académicos y administrativos	ND	5,00
P41 o P42	IND-30	Satisfacción: Con las Prácticas Profesionales	4,23	4,10
P41 o P42	IND-31	Satisfacción: Con la Bolsa de Empleo	ND	ND
P21o P22	IND-32	Satisfacción: Con el servicio de orientación profesional	4,17	4,14
	IND-33	Satisfacción: Con la Red Profesional	ND	ND
P42	IND-34	Satisfacción global con el Programa de Máster Profesional	4,12	4,06
INSERCIÓN LABORAL, EMPLEABILIDAD Y SATISFACCIÓN DE ALUMNI				
	IND-35	Egresados con empleo %	100%	81%
	IND-36	Temporalidad de los Egresados con empleo %	7%	0%
	IND-37	Subempleo de los egresados con empleo %	7%	2%
P41	IND-38	Fidelización de los egresados	4,12	4,08
REPUTACIÓN (NPS - Recomendación de ...)				
Empresas con alumnos en prácticas				
	interno	Número empresas practicas consultadas	14	7
	interno	Número de respuesta de empresas practicas consultadas	4	3
	interno	Utilidad de las prácticas para encontrar empleados cualificados	5	5,00
	interno	Satisfacción competencial con la gestión realizada por el alumno (Referencia mínima 3,8)	5	4,40
	interno	Satisfacción con la labor desempeñada por el alumno (Referencia mínima 3,8)	4,5	4,42
	IND-39	Satisfacción empresas con alumnos en prácticas (NPS)	5	5,00
Empresas con alumnos egresados				
	interno	Número de empresas consultadas	20	14
	interno	Número de respuesta recibidas	0	0
	interno	Satisfacción con la labor desempeñada por el alumno (Referencia mínima 3,8)	ND	ND
	interno	Satisfacción con la gestión realizada por la escuela	ND	ND
	interno	Utilidad de las prácticas para encontrar empleados cualificados	ND	ND
	IND-40	Satisfacción empresas con alumni empleados (NPS)	ND	ND

Conclusiones

Las **encuestas a alumnos** se envían por cada asignatura terminada. Se han recibido 500 encuestas sobre las que se han presentado en la tabla anterior las ratios, valorados de 1 a 5. Los datos recibidos han sido satisfactorios, pero ligeramente inferior al curso anterior. 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 3 respuesta. El dato es bueno, pero la población es mínima. Se debe intentar en próximas ediciones mayor participación de las empresas.

Se han lanzado encuestas (14) 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

			CURSO P17	PROF. P24	CAMPUS P35	EXPECTATIVAS CUBIERTAS P41	SATISFACCION P42	MANTENER P43
670	Habilidades	35	4,10	4,28	4,33	4,12	4,00	4,28
525	ESPECIALIDAD	26	3,69	3,91	3,99	3,67	3,67	3,76
596	PRACTICAS CURR	27	4,12	4,10	4,14	4,17	4,14	4,10
568	Fundamentos	49	4,10	4,45	4,53	4,26	4,30	4,51
569	Awareness Mkt	41	4,13	4,36	4,40	4,06	4,04	4,27
570	Mkt PPC	42	3,92	4,10	4,25	4,10	4,08	4,28
467	Inbound	40	4,09	4,16	4,41	4,09	4,12	4,12
571	Publicidad	40	4,22	4,26	4,31	4,21	4,18	4,26
675	Plan de mkt	36	3,72	3,71	4,27	3,77	3,72	3,58
673	Comunicación y RRPP	39	4,40	4,48	4,46	4,35	4,35	4,40
572	Gestión cliente	33	3,89	3,92	4,30	4,02	3,92	4,05
573	Analítica	34	3,99	4,19	4,29	4,10	4,05	4,12
262	TFM	25	3,99	4,04	3,96	3,89	3,87	3,97
566	Emprendimiento	30	3,95	3,98	4,02	3,96	3,96	4,08
	202210-MBA+	497	4,05	4,17	4,30	4,08	4,06	4,17

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

En línea generales y agrupadas es bastante satisfactorio pero como estamos en un proceso de mejora continua buscamos los puntos de definiendo para mejora. Se advierten los siguientes aspectos de mejora:

- Marketing PPC. Por segundo año se establece que la asignatura debe ser más practica y menos estratégica. Se toma como [MEJORA] para cambiar el año próximo

- Plan de marketing. En esta asignatura se ha visto el perfil del alumnado. El profesor, M. Mangas es muy fuerte y pide un criterio senior alto. Aquí ha debido estar el problema dado que es lo comentario en la encuesta. Como mejora se establece hablar con el profesor para que adapte la exigencia de la asignatura al grupo en edición futuras.

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

La convocatoria 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.

	15	PROFESOR	PERFIL	EVALUACIÓN
Habilidades	1	Nuria Oriol	Sr. M	4,28
	1	María Oriza	Sr. M	4,21
Fundamentos	1	Mencia de Garcillán	Sr. PhD	4,56
	1	Jose Luis Blanco	Sr. M	4,42
	1	Luis Miguel Larriba	Sr. M	4,5
Awareness Mkt	1	M. Ángel Blanco Cedrun	Sr. M	4,27
Mkt PPC	1	M. Presentación Carpe	Sr. M	4,1
	1	Liliana Rodrigues	Sr. M	4,28
Inbound		M. Ángel Blanco Cedrun	Sr. M	4,12
Publicidad	1	Diego Sanabria	Sr. M	4,26
Plan de mkt	1	M. Mangas	Sr. PhD	3,58
Comunicación y RRPP	1	Inma Solis	Sr. M	4,4
Gestión cliente	1	Pedro Garicano	Sr. M	4,05
	1	Miguel Houghtom	Sr. M	4,02
Analítica	1	Andres Menchero	Sr. M	4,12
	1	Cristina de la Cruz	Sr. M	4,18
Emprendimiento		M. Ángel Blanco Cedrun	Sr. M	4,08
PRACTICAS CURR		Carmen Luna	Sr. M	4,1
TFM		M. Mangas	Sr. PhD	3,82
		M. Ángel Blanco Cedrun	Sr. M	4,2
		Inma Solis	Sr. M	4,18

(*) Valor de P43, satisfacción global del profesor

Conclusiones

Se detecta en profesores lo que se percibió en pan docente. La exigencia del profesor Miguel Mangas.

Detalle prácticas académicas

ALUMNO	EMPRESA CONVENIO	COMENTARIOS
--------	---------------------	-------------

Abril Nuñez	Azora Capital	Experiencia positiva
Anxela Deliu	Shows on demand	Experiencia positiva
Arlet Perez	Uniway Technologies	Experiencia positiva. <i>"Para mí las prácticas externas han sido muy útiles. Como ya he expuesto anteriormente, los conocimientos adquiridos en el Máster fueron indispensables; y pude obtener una visión completa del Marketing Digital que se ejecuta en las empresas; así como del saber hacer."</i>
Claudia Perez	Teyamé 360	Experiencia positiva <i>"Ha sido una experiencia nueva para mí trabajar en España siendo extranjera. La realización de prácticas me ayuda a comprender mejor los estudios teóricos y luego pues te relacionas con nuevas personas, haces nuevos amigos, se amplía el curriculum, en fin creo que ha sido bueno el desarrollo de las prácticas."</i>
Diana Minerva	Celuisma	Experiencia positiva <i>"El máster en Marketing Digital me ha sido sumamente útil. Me ha aportado conocimientos para entrar con seguridad a un mundo laboral completamente nuevo para mí. Esta empresa ha sido el lugar ideal para poner en práctica -precisamente- todos estos conocimientos adquiridos, sin que se queden solo en la teoría."</i>
Francis Luciano	Argentum 925	Experiencia positiva. <i>"Gracias al máster he podido tener las nociones para poder efectuar las asignaciones que me han correspondido durante las prácticas, cumpliendo con cada una de las competencias necesarias."</i>
Gabriela Marie Peralta	Spotahome	Experiencia positiva <i>"¿En qué te ha beneficiado? Siento que llegue preparada y que luego tuve una mejor dirección de cómo hacer las cosas. Lo que me brindó la oportunidad de tener un mejor rendimiento."</i>
Genesis Vargas	Taller de Arquitectura 10	Experiencia positiva. <i>"Me ha beneficiado en el área de poder crear campañas publicitarias en las RRSS y poder captar nuevos clientes potenciales con las diferentes estrategias de marketing"</i>
Jorge Pardillo	Sweet Summer	Experiencia positiva <i>"He sabido desenvolverse gracias a las explicaciones de los profesores durante las clases y por contar con la plataforma online de la cual poder echar mano en cualquier momento."</i>
Juan Manuel Garcia	Avalon Marketing	Experiencia positiva
Lewis Ramirez	Business Financial Capital	Experiencia positiva
Lina Anell	Grupo Hospitalario Quirón	Experiencia positiva. <i>"Me hubiera gustado quedarme para siempre allí, pero por políticas de empresa según explica Recursos Humanos, no hacen cambio a residencia por trabajo para estudiantes extranjeros."</i>
Miriam Jauregui (*)	Diprax	<i>"El máster me ha beneficiado al abrirme puertas para trabajos nuevos"</i> <i>"¿Ha cumplido tus expectativas? No, la verdad es que me esperaba más, sobre todo en la gestión de los profesores y la organización del curso"</i>
Scarlet Acevedo	Spain Unspoilt	Experiencia positiva. <i>"Mis prácticas en el departamento de reservas de Spain Unspoilt han sido increíblemente útiles para mi Máster en Marketing Digital. La experiencia práctica adquirida ha complementado y enriquecido significativamente mi formación académica, proporcionando un contexto real para aplicar los conocimientos teóricos aprendidos durante el máster"</i>
Sofia Pistitello	nformesmecanicos.es	Experiencia positiva <i>"Mi valoración de mis prácticas externas seguramente es positiva, ha sido la primera oportunidad de trabajar sobre los conocimientos adquiridos a lo largo de mis estudios y me ha hecho entender cuál es el trabajo que quiero hacer en mi futuro y que ya he comenzado a hacer. Ha sido mi primera experiencia laboral y la empresa me ha acompañado durante toda las prácticas, dándome consejos y enseñándome muchas cosas útiles para mi trabajo. Me ha permitido conocer nuevas herramientas de trabajo y me ha enseñado algunos trucos para utilizarlas de la mejor forma."</i>

Se han firmado todos los convenios como han sido necesarios nuevos y existentes en la colaboración con las empresas. Todas las experiencias han sido muy positivas. Cabe destacar (*) que una alumna argumenta que las practicas todo bien pero que el curso no ha cumplido totalmente sus expectativas, puntos que se ha tratado en el apartado de docencia.

En al edición anterior como punto de mejor se detecto aumentar la calidad de las empresa y bajar el uso de prácticas en la propia escuela. En esta edición todos han sido satisfactorias y ninguna de ellas se ha realizado en la escuela.

Gestión y control de la Inserción laboral

Análisis y valoración

interno	Alumnos trabajando antes M.	39	
interno	Alumnos trabajando durante M.	59	
interno	Alumnos trabajando al acabar el M. (empleabilidad)	46	14
interno	Trabajando con cont. indefinido	11	79%
interno	Trabajando con cont. temporal o prácticas	0	
interno	Trabajando en subempleo	1	7%
interno	Alumnos que siguen estudiando, no quieren trabajar o no saben no contestan	3	
interno	Alumnos sin empleo y en búsqueda	3	21%
interno	Alumnos trabajando año 1	79%	
interno	Alumnos trabajando 2 años (corto plazo)		
interno	Alumnos trabajando año 5 (largo plazo)		

Analizados los datos de inserción se establece una conclusión positiva. Durante el máster se ha llegado al pleno de trabajo (bien parcial o total). Como en ediciones anteriores se realiza 2 tipos de estudio. Uno estadístico en el que han contestado 14 alumnos. Otro de investigación interna en LinkedIn.

Sobre los datos objetivos de la encuesta se obtiene un 80% de empleo indefinido.

Con los datos de la investigación de LinkedIn, y en base a los que hemos encontrado un perfil actualizado, se obtiene que un 70% están trabajando

Puntos fuertes y logros

En un mercado saturado en marketing con la irrupción de la IA, se ha detectado que los perfiles junior han sido menos demandados para trabajo no así para prácticas. Consideramos buenos los datos y hay que contratarlos el año que viene, para detectar la maduración de la IA en el mercado.

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 2024/25 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 público 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

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

Propuestas de mejora para 2023-24

	Objetivo de la propuesta y acciones de mejora para conseguir el objetivo	Responsable	Indicadores
1	Automatización de actas Automatizar sistema de tutorías	Dpto. Tecnología	
2	Realizar encuestas a los profesores	Dpto. Académico	
3	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)	
4	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	
5	Como mejor a de calidad, incorporar las certificaciones ISO 9001 y 14001	Comité de calidad	
6	Modificar la asignatura Mkt PPC para pasar a una fase de mkt operativo y táctico.	Dpto. Académico	

Propuestas de mejora ejecutadas del curso anterior


	Objetivo de la propuesta y acciones de mejora para conseguir el objetivo	Responsable	Indicadores
1	Aumentar la calidad y revisión de las empresas y puestos para las prácticas académicas	Servicio de Orientación Profesional (SOPP)	Implementado correctamente
2	Hacer visible en la web el sistema de calidad y específicamente el procedimiento de Reconocimiento de créditos.	Comité de calidad	Implementado correctamente
3	Automatización de actas Automatizar sistema de tutorías	Dpto. Tecnología	Pte
4	Realizar encuestas a los profesores	Dpto. Académico	Pte
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)	Pte
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	Pte
	Como mejor a de calidad, incorporar las certificaciones ISO 9001 y 14001	Comité de calidad	En proceso

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 Indicadores

<div>  <div> CUADRO DE INDICADORES DE CALIDAD MMD+. Máster en Marketing Digital EDICIÓN 2023/24 (648 / 655) </div> </div>			
DIMENSIÓN 2 PROCESOS ACADÉMICOS Y ADMINISTRATIVOS	ADMISIÓN		Referente deseable
	1	Tiempo máximo de confirmación de admisión (días)	3
	MATRICULACIÓN		
	2	Matrículas / plazas ofertadas en la convocatoria	100%
	3	Tiempo máximo de confirmación de matriculación (días)	2
	RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS		
	4	Alumnos que solicitan reconocimiento de créditos (nº)	46
	5	Alumnos que reciben reconocimiento de créditos sobre los que lo solicitan (%)	100%
	6	Tiempo máximo de confirmación de reconocimiento de crédito (días)	5
	GESTIÓN DE EXPEDIENTES		
	7	Suspensiones temporales de matrículas (%)	0%
	8	Bajas definitivas / matrículas %	3,0%
	ACTAS ACADÉMICAS		
	9	Tiempo máximo desde la emisión a la firma de actas (días)	5
	CERTIFICADOS ACADÉMICOS		
	10	Tiempo máximo emisión certificados (días)	4
	EXPEDICIÓN DE TÍTULOS		
	11	Tiempo máximo emisión títulos desde la solicitud hasta que el alumno lo recibe (días)	5
	REVISIÓN DEL SISTEMA		
	12	Ratio de reclamaciones atendidas sobre formuladas	NA
	13	Número de reclamaciones formuladas (nº)	0
	14	Acciones de Mejora ejecutadas sobre propuestas	33%
	15	Número de Acciones de Mejora nuevas propuestas (nº)	6
DIMENSIÓN 3 PRÁCTICA Y ORIENTACIÓN PROFESIONAL	BOLSA DE PRÁCTICAS PROFESIONALES		
	16	Alumnos con prácticas obligatorias / total matriculados	25%
	17	Prácticas obligatorias reconocidas / total matriculados	75%
	BOLSA DE EMPLEO		
	18	Ofertas de empleo	19
	19	Ofertas de empleo cubiertas	15
	ORIENTACIÓN PROFESIONAL		
	20	Peticiones de orientación profesional	8
	21	Peticiones orientación profesional atendidas / solicitadas	100%
DIMENSIÓN 4 RESULTADOS ACADÉMICOS, DE SATISFACCIÓN Y DE REPUTACIÓN	RESULTADOS ACADÉMICOS		
	22	Presentados / Matriculados	98%
	23	Aprobados / Presentados	97%
	24	Aprobados / Matriculados	95%
	SATISFACCIÓN DEL ALUMNADO		
	25	Satisfacción: Con la docencia (NPS)	4,17
	26	Satisfacción: Con el Programa Formativo (NPS)	4,05
	27	Satisfacción: Con la Página WEB del Programa Formativo (NPS)	5,00
	28	Satisfacción: Con el campus virtual (NPS)	4,30
	29	Satisfacción: Con los procesos académicos y administrativos (NPS)	5,00
	30	Satisfacción: Con las Prácticas Profesionales (NPS)	4,10
	31	Satisfacción: Con la Bolsa de Empleo (NPS)	NA
	32	Satisfacción: Con el servicio de orientación profesional (NPS)	4,14
	33	Satisfacción: Con la Red Profesional (NPS)	NA
	34	Satisfacción global con el Programa de Máster Profesional (NPS)	4,06
	INSERCIÓN LABORAL, EMPLEABILIDAD Y SATISFACCIÓN DE ALUMNI		
	35	Egresados con empleo %	81%
	36	Temporalidad de los Egresados con empleo %	0%
	37	Subempleo de los egresados con empleo %	2%
	38	Fidelización de los egresados (NPS)	ND
	REPUTACIÓN (NPS - Recomendación de ...)		
	39	Satisfacción empresas con alumnos en prácticas (NPS)	5
	40	Satisfacción empresas con alumni empleados (NPS)	ND

