

AUTOINFORME PARA LA ACREDITACIÓN DE LOS TÍTULOS OFICIALES

Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa

Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa

Máster Universitario en Información Digital

Máster Universitario en Marketing

Barcelona School of Management

Centro adscrito a la Universidad Pompeu Fabra

Versión 1.0 – octubre de 2017

Índice

0. Datos identificativos	4
1. Presentación del Centro.....	7
2. Proceso de elaboración del autoinforme	12
3. Valoración del logro de los estándares de acreditación	16
Estándar 1: Calidad del programa formativo	16
1.1. El perfil de competencias de la titulación es consistente con los requisitos de la disciplina y con el nivel formativo del MECES.....	16
1.2. El plan de estudios y la estructura del currículo son coherentes con el perfil de competencias y con los objetivos de la titulación.....	16
1.3. Los estudiantes admitidos tienen el perfil de ingreso adecuado para la titulación y su número es coherente con el número de plazas ofertadas.....	21
1.4. La titulación dispone de mecanismos de coordinación docente adecuados.....	33
1.5. La aplicación de las diferentes normativas se realiza de manera adecuada y tiene un impacto positivo sobre los resultados de la titulación.....	41
Estándar 2: Pertinencia de la información pública	42
2.1. La institución publica información veraz, completa, actualizada y accesible sobre las características de la titulación y de su desarrollo operativo.	42
2.3. La institución publica el SGIC en el que se enmarca la titulación y los resultados de seguimiento y acreditación de la titulación.	44
Estándar 3: Eficacia del sistema del Sistema de Garantía Interna de la Calidad	45
3.1 El SGIC implementado tiene procesos que garantizan el diseño, aprobación, el seguimiento y la acreditación de las titulaciones.....	45
3.2 El SGIC implementado garantiza la recogida de información y de los resultados relevantes para la eficiente gestión de las titulaciones, en especial los resultados de aprendizaje y la satisfacción de los grupos de interés.	46
3.3 El SGIC implementado se revisa periódicamente y genera un plan de mejora que se utiliza para mejorarlo.....	48
Estándar 4: Adecuación del profesorado al programa formativo	49
4.1 El profesorado reúne los requisitos del nivel de cualificación académica exigidos por las titulaciones del Centro y tiene suficiente y valorada experiencia docente, investigadora y, en su caso, profesional.....	49
4.2 El profesorado del Centro es suficiente y dispone de la dedicación adecuada para desarrollar sus funciones y atender a los estudiantes.....	62

4.3 La institución ofrece apoyo y oportunidades para mejorar la calidad de la actividad docente del profesorado	68
Estándar 5: Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje	74
5.1. Los servicios de orientación académica soportan adecuadamente el proceso de aprendizaje y los de orientación profesional facilitan la incorporación al mercado laboral	74
5.2. Los recursos materiales disponibles son adecuados para el número de estudiantes y para las características de la titulación	86
Estándar 6. Calidad de los resultados de los programas formativos	93
Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa	94
Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa	110
Máster Universitario en Información Digital	134
Máster Universitario en Marketing	149
6.4. Los valores de los indicadores de inserción laboral son adecuados para las características de la titulación.	171
4. VALORACIÓN Y PROPUESTA DEL PLAN DE MEJORA	181
Puntos fuertes de la Barcelona School of Management	181
Puntos fuertes de las titulaciones	183
Plan de mejora del Centro	187
Plan de mejora de las titulaciones	192
Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa	192
Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa	193
Máster Universitario en Información Digital	194
Máster Universitario en Marketing	196

0. Datos identificativos

Universidad	Universidad Pompeu Fabra
Nombre del Centro	Barcelona School of Management (BSM)
Datos de contacto	<p>Daniel Serra Decano / Director Académico Daniel.Serra@bsm.upf.edu</p> <p>Carme Martinell Directora General Carme.Martinell@bsm.upf.edu</p>
Responsables de la elaboración del autoinforme	<p>Comisión de autoevaluación Interna (CAI)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carme Martinell, Directora General de la Fundación IDEC y de la BSM - Daniel Serra, Decano de la BSM - Dr. Oriol Amat, Director Académico del Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa. - Dr. Llorenç Bagur, Co- Director Académico del Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa. - Dr. Antonio Ladrón de Guevara, Director Académico del Máster Universitario en Marketing. - Dra. Carolina Luís, Directora Académica del Máster Universitario en Marketing. - Dr. Jordi Perramón, Co- Director Académico del Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa. - Dr. Cristòfol Rovira, Director Académico del Máster Universitario en Información Digital. - Dra. Luz Parando, profesora de la Barcelona School of Management. - Elsa Bellmunt, Directora de la Secretaría General de la BSM. - Clara Kirchner, Directora de Alumni y Relaciones Corporativas de la BSM. - Macarena López de San Román, Directora de la Oficina Técnica de Calidad de la UPF. - Jordi Rey, Director de Calidad y de Internacionalización de la BSM - Pau Solà, Responsable de la Oficina de Programación y Planificación de Estudios de la UPF. - Cristina Torralbo, Programs Manager. - Albert Moncasi, Estudiante del Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa. - Claudia Muñoz, Estudiante del Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa. - José Manuel Santos Boo, Graduado del Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa. - Kari Pettersson, Estudiante del Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa. - Alberto Guevara, Estudiante del Máster Universitario en Marketing - Paula Miró, Estudiante del Máster Universitario en Marketing

Titulaciones impartidas en el Centro				
Denominación	Código RUCT	Créditos ECTS	Año de implantación	Responsable de la titulación
Máster Universitario en Políticas Públicas y Sociales	4312410	120	2010	Dr. Vicenç Navarro Dra. Mònica Clua
Máster Universitario en Ciencias Empresariales / <i>Master of Science in Management</i>	4313087	60	2011	Dr. Gert Cornelissen Dra. Anna Torres
Máster Universitario en Banca y Finanzas	4313068	60	2011	Dr. Xavier Freixas Dr. Òscar Elvira
Máster Universitario en Negocios Internacionales / <i>International Business</i>	4313012	60	2011	Dr. Carles Murillo / Dr. Manuel Cienfuegos (versión BSM) Dra. Mercè Roca (versión ESCI)
Máster Universitario en Abogacía	4313486	90	2012	Dr. Ramón Ragués Sra. Marta Isern (ICAB)
Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas	4313288	90	2012	Dr. Jordi de Falguera
Máster Universitario en Animación	4313872	90	2013	Dr. Josep Blat Sr. Daniel Pacheco Sr. Guillermo Marín
Máster Universitario en Finanzas Corporativas y Banca / <i>M.Sc. in Corporate Finance and Banking</i>	4313873	60	2013	Dr. Albert Banal-Estañol
Máster Universitario en Mercados Financieros	4313814	60	2013	Dr. Xavier Freixas Dr. Xavier Brun
Máster Universitario en Asesoramiento Genético	4314663	120	2014	Dr. Luís Alberto Pérez Jurado
Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa	4314754	60	2014	Dr. Oriol Amat Dr. Santi Aguilà Dr. Llorenç Bagur Dr. Jordi de Falguera Dr. Francisco Marín
Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa	4314830	60	2014	Dr. Jordi Perramón Dr. Jordi de Falguera
Máster Universitario en Información Digital	4314700	60	2014	Dr. Cristòfol Rovira Dr. Lluís Codina Dra. Mari Carmen Marcos
Máster Universitario en Marketing / <i>MSc. In Marketing</i>	4314831	60	2014	Dr. Antonio Ladrón de Guevara Dra. Carolina Luís
Máster Universitario en Gobierno y Gestión Pública en América Latina	4315438	90	2015	Dr. Carles Ramió Dr. David Sancho Dr. Miquel Salvador

Máster Universitario en Economía de la Salud y del Medicamento / <i>Master in Health Economics and Pharmacoeconomics</i>	4315324	60	2010	Dr. Jaume Puig Dr. Carles Murillo
--	---------	----	------	--------------------------------------

Fecha de aprobación del autoinforme por el Consejo de Dirección del Centro Adscrito:

23 de octubre de 2017

Aprobado por el Centro

1. Presentación del Centro

Introducción

Los orígenes de la **Barcelona School of Management** se enmarcan en la actividad de la Fundación Privada Instituto de Educación Continua (IDEC), fundada por la Universidad Pompeu Fabra en 1993 junto con diversas empresas e instituciones del tejido empresarial.

La **Barcelona School of Management** es un Centro adscrito a la Universidad Pompeu Fabra, cuya denominación proviene de un cambio de nombre del anterior, IDEC Escuela de Estudios Superiores, según la Orden EMC/48/2016, de 22 de febrero de 2016 y publicada en el DOGC núm. 7079, de 15 de febrero de 2016.

En el marco de los Másteres Oficiales, el centro ha superado favorablemente el primer proceso de acreditación llevado a cabo por AQU durante el curso 2015-2016, de acuerdo con el marco normativo (Guías AQU, RD 1393/2007, RD 861/2010, RD 420/2015, ...) que establecen la regulación de las enseñanzas universitarias oficiales en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), así como los procesos de verificación, seguimiento y acreditación de los programas.

Las titulaciones acreditadas durante el curso 2015-2016 son:

- Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas.
- Máster Universitario en Políticas Públicas y Sociales.
- Máster Universitario en Abogacía.

Durante el curso 2016-2017, el Centro ha superado favorablemente el segundo proceso de acreditación para las siguientes titulaciones:

- Máster Universitario en Banca y Finanzas.
- Máster Universitario en Ciencias Empresariales.
- Máster Universitario en Animación.
- Máster Universitario en Finanzas Corporativas y Banca.
- Máster Universitario en Mercados Financieros.
- Máster Universitario en Negocios Internacionales.

Durante el curso 2017-2018, el Centro coordina el tercer proceso de acreditación que incluye el siguiente conjunto de titulaciones:

- Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa.
- Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa.
- Máster Universitario en Información Digital.
- Máster Universitario en Marketing.

Las acreditaciones se han podido llevar a cabo satisfactoriamente mediante la aplicación de los mecanismos que incluye el Sistema de Garantía Interna de la Calidad (SGIC) del centro.

El SGIC ha sido nuevamente revisado durante el curso académico 2016-2017 incorporando las actualizaciones que se resumen en el documento aportado en el portal de evidencias correspondiente al estándar 3.

Misión y visión

La **Barcelona School of Management** pretende transferir el conocimiento al mundo empresarial y a la sociedad en general adoptando el rol de la escuela profesionalizadora de la Universidad Pompeu Fabra. Para lograr este cometido, la propuesta de valor y el modelo formativo del Centro se basa en los ejes de la calidad, la innovación docente, la internacionalización y mediante una fuerte vinculación con el mundo empresarial con el objetivo de crear un ecosistema para atraer y desarrollar el mejor talento.

Estrategia y modelo docente: MANIFIESTO UPFXXI

Plenamente conscientes de estar viviendo un tiempo de cambios profundos y de nuevas tendencias sociales, económicas, demográficas y educativas que están reconfigurando el contexto actual, la **Barcelona School of Management** impulsa una propuesta de valor innovadora en cuanto a la metodología docente, basada en proyectos y retos reales empresariales, donde la multidisciplinariedad y la personalización del aprendizaje adoptan un papel esencial en el desarrollo del proceso formativo. Una propuesta que prepara ciudadanos y profesionales para aportar soluciones transformadoras que contribuyan al progreso de nuestra sociedad, la economía y el conocimiento.

Formamos a profesionales ágiles para una sociedad dinámica basándonos en tres dimensiones que definen nuestra personalidad como organización.

- *Gestión basa en la evidencia*
- *Desafío constante*
- *Compromiso social como valor*

Estas tres dimensiones se expresan en diez principios básicos, que articulan un modelo de formación que pretende ser una interfaz de conexión entre las necesidades de la sociedad y las organizaciones y las capacidades de los profesionales.

- I. La creación de propuestas de valor, el **cuestionamiento de lo que está establecido** y la confrontación de ideas forma parte del sistema y son un objetivo en sí mismos.
- II. Los **proyectos** de los participantes son eje vertebrador que articula el proceso de aprendizaje.
- III. El aprendizaje es **personalizado** y se adapta a las necesidades formativas del proyecto de cada participante.
- IV. Los docentes se convierten en **mentores**: son las personas que impulsan a los estudiantes en su proceso de descubrimiento y construcción de conocimiento entorno al proyecto.
- V. La resolución de **problemas y retos reales** es un detonante del aprendizaje y está plenamente integrada en el currículum.
- VI. La formación se entiende como **interdisciplinaria** y desarrolla de manera integrada competencias y conocimientos en diversas materias.
- VII. El aprendizaje se produce en todo tipo de entornos (presenciales o virtuales), actividades (individuales o en grupo), experiencias (activas o pasivas) y en un marco geográfico ampliado.
- VIII. Los participantes tienen el apoyo de **tutores** procedentes del ámbito profesional, que les guían y aconsejan en el desarrollo de los proyectos.

- IX. La adquisición y el entrenamiento de las **competencias de desarrollo profesional** que definen la personalidad propia de la UPFXXI se trabajan de manera sistemática e integrada.
- X. El conjunto de la organización está orientado a facilitar la implementación efectiva del nuevo modelo de formación y dispone de los recursos materiales y el conocimiento necesarios para hacerlo.

Órganos de gobierno

Entre los diferentes órganos de gobierno (Patronato, Consejo Rector de la Fundación, Consejo de Dirección del Centro Adscrito ...,) cabe destacar el Consejo de Estudios dado que ejerce las funciones de supervisión de la calidad académica de los Másteres Universitarios.

El presidente del Consejo de Estudios es el Decano, quien ejerce las funciones de dirección académica de la Barcelona School of Management.

+ información: <http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/organos-gobierno>

Actividad del Centro adscrito (titulaciones oficiales)

En el curso 2011-2012 se inicia la implementación de los Másteres Universitarios con 11 titulaciones y 178 estudiantes, de los cuales 60 son estudiantes internacionales de 26 nacionalidades distintas.

La actividad aumenta progresivamente hasta impartir, en el curso 2014-2015, 28 ediciones de Másteres Universitarios a un total de 1005 participantes, de los cuales un 24% son estudiantes internacionales y que provienen de 55 países diferentes.

Programa de Becas Talento

Iniciativas como el “Programa de Becas Talento” refuerzan el objetivo de atraer los candidatos con mejor expediente académico. Estas becas, ofrecidas por primera vez en el curso 2012-2013, se destinan a estudiantes con expedientes académicos destacables (nota mínima de 8 en el grado) y/o experiencia profesional relevante.

En la última convocatoria del “Programa de Becas Talento” (2015-2016), la media de los expedientes académicos de los estudiantes becados fue de 9.1 sobre 10, obteniendo así un perfil de estudiantes que superan con creces la nota mínima requerida (8).

Profesorado

El Centro cuenta con un claustro docente propio (*Core Faculty*) formado por profesores vinculados a los diferentes ámbitos académicos y profesionales en los que se desarrolla la actividad docente o investigadora. La combinación de profesores propios y colaboraciones docentes externas asegura el rigor académico e investigador y permite a los estudiantes experimentar una formación profesionalizadora basada en experiencias reales.

Calidad

El Centro realiza un seguimiento exhaustivo de la calidad de sus programas a través de su Sistema de Garantía Interna de la Calidad (SGIC).

Adicionalmente a las funciones inherentes a la Dirección Académica para asegurar un buen funcionamiento de la programación, destacar nuevamente la existencia del Consejo de Estudios. Este órgano, formado por miembros académicos de la UPF y un conjunto de representantes del mundo empresarial, supervisa las nuevas propuestas de programas antes de solicitar su aprobación a los órganos competentes y hace un seguimiento general de la calidad académica del conjunto de programas mediante los indicadores de calidad del Centro.

Internacionalización

La internacionalización de la **Barcelona School of Management** es uno de los principales ejes de actuación y contribuye a la dimensión internacional de la Universidad Pompeu Fabra a través de delegados territoriales que coordinan actividades para los antiguos alumnos y Consejos Asesores empresariales que detectan posibles necesidades de formación y potencian las relaciones con el tejido social y empresarial.

El desarrollo constante de una red internacional de *partners* permite a los estudiantes y profesores vivir experiencias internacionales mediante los programas de movilidad internacional.

La presencia de un 24% de estudiantes internacionales (en el curso 2015-2016) propicia un entorno multicultural y demuestra un claro compromiso de la estrategia de internacionalización del Centro.

En 2015:

- 49 nacionalidades representadas entre el total de los estudiantes.
- 90% de las becas concedidas a estudiantes internacionales.
- 71% del profesorado de los *Masters of Science* educado en universidades prestigiosas de fuera de España.

La **Barcelona School of Management** forma parte y participa activamente en el siguiente grupo de redes internacionales:

- AACSB *The Association to Advance Collegiate Schools of Business.*
- CLADEA Consejo Latinoamericano de Escuelas de Administración.
- EFMD *European Foundation for Management Development.*
- EUCEN *European Universities Continuing Education Network.*
- MAEM *Network of Mediterranean Universities and other Academic Institutes.*
- PRME *Principles for Responsible Management Education.*
- RECLA Red de Educación Continua de Latinoamérica y Europa.
- TPC *Transatlantic Consortium for Public Policy Analysis and Education.*

2. Proceso de elaboración del autoinforme

El presente autoinforme se obtiene a partir de la aplicación del correspondiente proceso destinado a la acreditación de titulaciones: “E1.4 Acreditación de las titulaciones”, incluido en el SGIC (Sistema de Garantía interna de la Calidad) del Centro.

<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/compromiso-con-la-calidad>

Para llevar a cabo el proceso de reflexión recogido en el autoinforme se ha creado un Comité de Autoevaluación Interna (CAI) con representación de todos los grupos de interés implicados en las titulaciones: la Directora General, el Decano, los Directores Académicos de los títulos en proceso de acreditación, el Director de Calidad e Internacionalización, la Directora de la Secretaría General, la Directora de Alumni y Relaciones Corporativas, la *programs manager* de las titulaciones universitarias, una profesora del claustro del Centro, la Directora de la Oficina Técnica de Calidad de la UPF, el responsable de la Oficina de Programación y Planificación de la UPF, estudiantes actuales y antiguos alumnos.

Todos los miembros del CAI han participado activamente en el proceso del autoinforme, con el objetivo de analizar el funcionamiento, los resultados obtenidos y proponer acciones de mejora para las titulaciones objeto de acreditación.

Sesiones de trabajo del Comité de evaluación Interna (CAI).

El CAI ha organizado un plan de trabajo para compartir el alcance del proyecto de acreditación y establecer a la vez unos hitos para ir resolviendo, a la vez que compartiendo de forma general, los principales aspectos para tener en cuenta y desarrollar en el autoinforme. Además de hacer varias reuniones específicas para cada titulación, el CAI ha seguido el siguiente esquema de reuniones generales:

- Reunión previa de contextualización: diciembre de 2016
 - En estas reuniones individuales con cada Dirección Académica de las titulaciones se expuso a modo informativo en qué consistiría el proceso de acreditación, así como algunos aspectos organizativos del centro (objetivos, alcance, organización, grupos de interés implicados, marco temporal y principales hitos del proyecto).
- Asesoramiento de la Oficina Técnica de Calidad (OTQ) de la UPF: 1 de marzo de 2017
 - En esta sesión de trabajo, la Oficina Técnica de la UPF asesoró al Centro para enfocar el proceso de evaluación de las titulaciones en base a los requerimientos establecidos por AQU y la UPF.
- Constitución formal del CAI: 20 de abril de 2017
 - En esta reunión, los miembros del CAI compartieron cuáles iban a ser los objetivos generales, las fases temporales, la dinámica de trabajo, la filosofía del autoinforme, así como establecer los primeros hitos del proyecto. La acreditación es un momento de reflexión de los resultados obtenidos y culminar un ciclo de 4 años, por lo que también se focalizaron los esfuerzos en concretar los planes de mejora continua que subyacen en el propio marco de referencia VSMA.



Reunión CAI, 20 de abril de 2017

- Asesoramiento de la Oficina Técnica de Calidad (OTQ) y Oficina de Planificación de la Programación (OPPE) de la UPF: 9 de mayo de 2017
 - En esta sesión de trabajo, la Oficina Técnica de la UPF y la OPPE asesoraron al Centro sobre aspectos concretos para tener en cuenta en las titulaciones objeto de acreditación.
- Elaboración del autoinforme: 16 de mayo de 2017
 - En esta sesión de trabajo, se revisó nuevamente la filosofía de las seis dimensiones y su particular relevancia en el proceso de reflexión de las titulaciones. En esta reunión hubo un especial énfasis en el capítulo 6 con relación a los resultados de aprendizaje correspondientes al capítulo 6.1. También se fijaron las pautas para seleccionar adecuadamente las asignaturas que han de ser objeto de análisis en el autoinforme de acreditación.
- 1ª Revisión del autoinforme: 7 de septiembre de 2017
 - En esta sesión de trabajo, la Oficina Técnica de Calidad de la UPF dio pautas sobre la redacción de la versión preliminar del autoinforme. Se insistió de forma particular en los estándares que hacen referencia al profesorado y a los resultados académicos.
- Acciones de mejora: 2 octubre de 2017
 - En esta sesión de trabajo del CAI, se trataron las propuestas de acciones de mejora de los diferentes programas y sobre todo para que los estudiantes pudieran aspectos adicionales a tener en cuenta en el plan de mejora de los títulos.



Reunión CAI, 2 de octubre de 2017

- Exposición pública y revisión final del autoinforme: del 9 al 16 de octubre de 2017
 - Después de haber pasado por un periodo de exposición pública (del 9 al 16 de octubre) y mediante una coordinación telemática, el conjunto de miembros del CAI incorporaron en el autoinforme los últimos comentarios recogidos durante la fase de exposición pública del documento.
- Aprobación final del autoinforme: 23 de octubre de 2017
 - El conjunto de miembros que conforman el Consejo Rector de la Fundación y el Consejo de Dirección del Centro Adscrito, revisaron y aprobaron el documento para que pudiera ser enviado a AQU.

Resultados de la exposición pública:

El Centro ha puesto el autoinforme a disposición de los diferentes grupos de interés de la comunidad universitaria (desde el 9 al 16 de octubre de 2017):

- Estudiantes.
- Antiguos alumnos.
- Profesores.
- Personal de gestión.
- Directores Académicos.
- Comité de Dirección del Centro.
- Oficina técnica de Calidad de la UPF.
- Oficina de Programación y Planificación de Estudios de la UPF.
- Consejo de Estudios.
- Consejo de Dirección del Centro Adscrito.
- Consejo Rector de la Fundación.

Como resultado de la exposición pública, se han recogido algunas aportaciones por parte de los diferentes grupos de interés, algunas por escrito y otras verbalmente. Algunos comentarios daban por bueno el documento y otros sugirieron aspectos que se valoraron según su adecuación en los planes de mejora. En el caso específico del Máster de Márketing, las sugerencias de los estudiantes Paula Miró y Alberto Guevara se han integrado en acciones específicas relacionadas con los contenidos de marketing digital o bien en aspectos relacionados con la tipología de los casos de estudio. También se recogieron algunas sugerencias de redacción y formato que se han tenido en cuenta para favorecer la lectura del documento (por ejemplo, agrupar por Máster los diferentes puntos del capítulo 6).

Para finalizar este apartado, mencionar el buen trabajo en equipo que se ha llevado a cabo por parte de todos los miembros del CAI y el apoyo brindado por el resto de personal académico y de gestión del Centro a lo largo del proceso de autoevaluación. En especial, subrayar el asesoramiento brindado por la Oficina Técnica de Calidad (OTC) de la UPF durante el proceso de elaboración del autoinforme, así como las indicaciones de la Oficina de Programación y Planificación de Estudios (OPPE) en relación con la verificación y la modificación de las titulaciones.

3. Valoración del logro de los estándares de acreditación

Estándar 1: Calidad del programa formativo

1.1. El perfil de competencias de la titulación es consistente con los requisitos de la disciplina y con el nivel formativo del MECES.

Todas las titulaciones oficiales incluidas en el actual proceso de acreditación fueron debidamente presentadas a AQU Catalunya (en adelante, AQU), según indica el SGIC del Centro y de acuerdo con lo que indica el Real Decreto 1393/2007 y el Real Decreto 861/2010 donde se establece la regulación de las enseñanzas universitarias oficiales.

Las titulaciones presentadas obtuvieron una resolución favorable por parte de AQU y, consecuentemente, todas las memorias han sido evaluadas de acuerdo con lo establecido en el artículo 35.2 de la Ley Orgánica 6/2001, modificada por la Ley 4/2007, de Universidades.

El perfil de competencias de todos los títulos que se presentan a acreditación es consistente con los requisitos de la disciplina y con el nivel formativo del MECES, ya que todos los títulos obtuvieron una resolución favorable en el marco de la verificación llevada a cabo por AQU.

1.2. El plan de estudios y la estructura del currículo son coherentes con el perfil de competencias y con los objetivos de la titulación.

El plan de estudios y la estructura del currículo de los Másteres Universitarios se desarrolla de acuerdo con el proceso definido en el SGIC: "E1.0 Diseño y aprobación de titulaciones".

<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/compromiso-con-la-calidad>

Desde la verificación de las titulaciones, se han incorporado cambios a lo largo del despliegue de las titulaciones, consensuadas entre la Dirección Académica de la titulación, el conjunto de profesores de la titulación y la Dirección Académica del Centro. Todos los cambios han sido aprobados por los Órganos de Gobierno de la Universidad Pompeu Fabra como resultado del análisis que se ha llevado a cabo periódicamente en cada una de las titulaciones. Estas modificaciones, que se describen a continuación, permiten asegurar que los planes de estudio siguen siendo coherentes con las competencias inicialmente verificadas y los objetivos de la titulación.

Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa

La solicitud de verificación del Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa fue evaluada favorablemente por AQU el 23 de abril del 2014, y fue verificado por el Ministerio de Educación el 23 de julio del 2014.

El máster fue ofrecido e impartido por primera vez en el curso 2014-2015 y durante el curso 2017-2018 se lleva a cabo la cuarta edición del programa.

El estudio se imparte actualmente en modalidad presencial, semipresencial y online. Consta de tres especialidades: Especialidad en Finanzas Corporativas, Especialidad en *Controlling* y Especialidad en *International Finance and Accounting*.

Se trata de un programa de 60 ECTS, de los cuales 36 son comunes y de carácter obligatorio, 12 de carácter optativo, 6 ECTS corresponden al Trabajo de Fin de Máster y 6 ECTS corresponden a las Prácticas Académicas Externas (PAE).

Modificaciones de la titulación

Como puede observarse en el documento que hemos publicado en el portal de evidencias, con anterioridad al proceso de acreditación se ha solicitado una **modificación sustancial** vía AQU, con el objetivo de introducir una 3ª especialidad denominada *International Finance and Accounting*. Para ello se incorporan 5 asignaturas optativas de 3 ECTS cada una, con el fin que el estudiante pueda cursar 12 ECTS de una totalidad de 15 ECTS ofertados, para obtener esta nueva especialidad. Esta **modificación ha sido evaluada favorablemente por AQU**, con fecha 31 de julio del 2017 e incorpora los cambios anteriores recogidos en el informe de seguimiento. Esta modificación se implantó en el 2017-2018.

La justificación de esta modificación radica en la atención que la Dirección ha puesto en las necesidades del mundo empresarial. Las empresas se enfrentan a un entorno cada vez más globalizado y por ello se consideró necesario que los participantes desarrollaran conocimientos y recursos vinculados con el *Controlling* y las finanzas internacionales. En respuesta se creyó conveniente incluir en el curso 2016-2017 asignaturas optativas adicionales en dos de las materias del Máster. Resultó ser un acierto dado el interés que suscitó entre los estudiantes y la constatación de las excelentes evaluaciones: Esta incorporación se valoró muy positivamente tanto por los alumnos (debido a que numerosos estudiantes la escogieron para conformar su plan de estudios) como por el Centro (las tasas de satisfacción de los alumnos y los profesores). Es por este motivo y a razón de los buenos resultados obtenidos que se decidió ir un paso más e incorporar una 3ª especialidad al máster tal y como se comentaba en el párrafo anterior.

Por último, y en coherencia con este razonamiento, se introdujo la impartición en inglés para esta especialidad de forma que se pudiera garantizar una absoluta correlación entre las materias impartidas y la realidad de los mercados y operaciones a que se refiere. En consonancia se actualizan los requisitos de acceso y criterios de admisión incorporando los requisitos específicos de conocimiento de la lengua inglesa.

Fruto del elevado interés y la buena acogida de las mejoras incorporadas, se ha ido solicitando a los diferentes órganos competentes e introduciendo en la memoria en las correspondientes modificaciones el incremento de plazas necesario. Así se ha pasado de las 65 plazas de la primera edición a las 155 ofertadas para el curso 2017-2018. Véase apartado 1.3. para más información.

En el siguiente documento publicado en el portal de evidencias se puede comprobar el listado de modificaciones realizadas y sus fechas de aprobación por los órganos competentes. También publicamos en el portal de evidencias el informe de aprobación de las modificaciones emitido por AQU.

Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa

La solicitud de verificación del *Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa* fue evaluada favorablemente por AQU el 2 de junio de 2014 y fue verificado por el Ministerio de Educación el 23 de julio del 2014.

El máster fue ofrecido e impartido por primera vez en el curso 2014-2015 y durante el curso 2017-2018 se ha llevado a cabo la cuarta edición del programa.

Se trata de un programa de 60 ECTS que se imparte en un año académico. Del total de créditos, 54 ECTS son de carácter obligatorio y 6 ECTS corresponden al Trabajo de Fin de Máster. El estudio se imparte en las modalidades presencial y semipresencial.

Modificaciones de la titulación

En el curso 2017-2018 se implantan una serie de cambios que se comunican en [informe de seguimiento](#) del curso académico 14-15 y que fueron aprobados por los correspondientes Órganos de Gobierno de la Universidad Pompeu Fabra en fecha 20 de junio de 2017.

En el siguiente [documento](#) publicado en el portal de evidencias se puede comprobar el listado de modificaciones realizadas y sus fechas de aprobación por los órganos competentes. El objetivo de dichas mejoras es asegurar la capacidad de los estudiantes de prepararse para el examen del ROAC y equilibrar la temporalidad y la exigencia de actividades fuera del aula.

Estos cambios son fruto del análisis de la titulación después de cada curso académico y pretenden ofrecer una titulación más coherente con los objetivos del plan de estudios sin afectar al perfil de competencias de la titulación.

Máster Universitario en Información Digital

La solicitud de la verificación del Máster Universitario en Información Digital fue evaluada favorablemente por AQU el 30 de abril de 2014 y fue verificado por el Ministerio de Educación el 23 de julio del 2014.

El Máster fue ofrecido e impartido por primera vez en el curso 2014-2015 y durante el curso 2017-2018 se lleva a cabo la cuarta edición del programa.

El estudio se imparte en modalidad online y consta de tres especialidades: Especialidad en Documentación Digital / Especialidad en Buscadores: Marketing Online (SEM) y Posicionamiento Web (SEO) / Especialidad en Usabilidad, Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario.

Se trata de un programa de 60 ECTS que se imparte en un año académico. Del total de créditos, 21 ECTS son comunes y de carácter obligatorio, 14 ECTS obligatorios de especialidad, 7 ECTS optativos, 11 ECTS corresponden al Trabajo de Fin de Máster y 7 ECTS corresponden a las Prácticas Académicas Externas (PAE).

Modificaciones de la titulación

Para el curso 2017-2018 se han implantado una serie de cambios que se incluyeron en el [informe de seguimiento](#) correspondiente al análisis del curso 14-15 y que fueron aprobados por los correspondientes Órganos de Gobierno de la Universidad Pompeu Fabra en fecha de 20 de junio de 2017.

En el siguiente [documento](#) publicado en el portal de evidencias se puede comprobar el listado de modificaciones realizadas y sus fechas de aprobación por los órganos competentes.

El objetivo de los cambios era ampliar la oferta de asignaturas optativas y ajustar el nombre de otras. También se han producido para adaptar más, si cabe, el título a la realidad profesional del sector donde los componentes tecnológicos y sus actualizaciones son constantes.

Para el año 2015-16, y fruto del elevado interés que la titulación experimentó en el curso 2014-15, (en el que sólo se promocionaron dos especialidades), se solicitó un aumento de plazas para responder al previsible aumento de demanda debido a la introducción de la tercera especialidad. Para más información véase el apartado 1.3.

Como hemos comentado anteriormente, estos cambios son fruto de un análisis profundo de los resultados de cada curso y pretenden ofrecer una titulación más coherente, si cabe, con los objetivos del plan de estudios sin afectar al perfil de competencias de la titulación.

Máster Universitario en Marketing

El *Máster Universitario en Marketing / Master of Science in Marketing* fue evaluado favorablemente por AQU el 20 de junio de 2014 y fue verificado por el Ministerio de Educación el 23 de julio del 2014. Su verificación fue publicada en el BOE el 26 de octubre de 2016.

El Máster se impartió por primera vez en el curso académico 2014-2015 y durante el año académico 2017-2018 se lleva a cabo la 4ª edición del mismo.

El Máster tiene una carga de 60 créditos ECTS, de los cuáles 30 ECTS son de carácter obligatorio, 16 ECTS optativos, 8 ECTS de Prácticas Académicas Externas (PAE) y 6 ECTS correspondientes al Trabajo Final de Máster (TFM).

El Máster se imparte en modalidad presencial, y hasta la fecha sólo se ha impartido en la versión castellana, estando prevista su impartición en ambos idiomas para el curso 2017-2018.

Modificaciones de la titulación

Para el curso 2017-2018 se han implantado una serie de cambios que se incluyeron en el [informe de seguimiento](#) correspondiente al análisis del curso 14-15 y que fueron aprobados por los correspondientes Órganos de Gobierno de la Universidad Pompeu Fabra en fecha de 20 de junio de 2017.

En el siguiente [documento](#) publicado en el portal de evidencias se puede comprobar el listado de modificaciones realizadas y sus fechas de aprobación por los órganos competentes.

Los primeros cambios surgen de la inquietud de hacer extensivo el desarrollo del TFM a todo el curso académico. La propuesta se explica por la necesidad de conectar la teoría con la aplicación práctica de una forma que sea significativa y motivadora para los participantes. Así, el TFM se convierte en cohesionador del proceso de aprendizaje para asegurar la significación. El TFM se ofrece como el instrumento idóneo para provocar la reflexión compartida y retroalimentación entre participantes

alrededor de los retos, problemáticas y oportunidades reales del entorno empresarial de una forma diversa y eminentemente práctica. Junto con esta modificación se revisan la metodología de la asignatura **Marketing estratégico/ Strategic marketing**, con el fin de aumentar el aprovechamiento de la misma por parte del alumno sin que por ello se vean afectadas ni las competencias ni a la carga crediticia de la misma.

Igualmente, fruto del aumento de la demanda, se aprobó un aumento de la oferta de plazas de la titulación. En la memoria de verificación se ofrecían 40 plazas, pero para los siguientes años se solicitó el aumento a 100 plazas en previsión de poder dar cobertura a las dos ediciones, una por idioma. Véase apartado 1.3 para más información al respecto. Finalmente, la versión en inglés se inicia en el curso 2017-2018.

Posteriormente, se considera oportuno un cambio de nombre en una asignatura optativa, dándole una mayor correspondencia con su propio contenido. Y se solicita la posibilidad que los alumnos puedan cursar hasta 12 ECTS en asignaturas de otros másteres universitarios de la Universitat Pompeu Fabra ofertados por la Barcelona School of Management. Esto responde a las demandas que los estudiantes en reiteradas ocasiones hacen llegar a la Dirección.

1.3. Los estudiantes admitidos tienen el perfil de ingreso adecuado para la titulación y su número es coherente con el número de plazas ofertadas.

Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa

El perfil de los alumnos admitidos se detallará en función de la modalidad (presencial, semipresencial y online) por la que éstos opten, pero en los tres casos se ha demostrado que el perfil es el óptimo para posteriormente superar satisfactoriamente el contenido previsto en el programa y adquirir, por tanto, las competencias que se habían marcado como objetivo.

Tal y como se observará en el apartado 6.3 del presente documento, la tasa de graduación y la tasa de rendimiento de la titulación son prácticamente del 100% en las dos ediciones ya finalizadas. Este resultado corrobora lo comentado anteriormente y es gracias tanto al esfuerzo realizado por alumnos y profesores durante el curso, como a la aplicación de unos criterios de admisión que asegura que el perfil de ingreso de los alumnos es el adecuado para poder alcanzar satisfactoriamente los objetivos de contenido y competencias marcados.

Igualmente, a la hora de seleccionar el perfil de los alumnos, se tiene muy en cuenta la complementariedad que podrán aportarse entre ellos, con la finalidad de que las competencias no solo las adquieran con el estudio y las explicaciones de los profesores, sino también con el trabajo en equipo, los debates temáticos y las relaciones personales y profesionales que se puedan cultivar.

Para poder asegurar todo lo comentado anteriormente y sobre todo la coherencia de los perfiles de los alumnos que llevarán a cabo la titulación, existe un riguroso proceso de admisión donde la Dirección Académica evalúa a los potenciales candidatos mediante los siguientes criterios, sobre un máximo de 5 puntos. En el siguiente [documento](#), publicado en el portal de evidencias, se puede consultar el detalle del mismo.

A continuación, se presentan los datos de perfil de los alumnos, diferenciando entre edad, procedencia y titulación previa. Estos datos, que también están disponibles en el portal de evidencias, hacen referencia al curso 2015-2016 (versión [presencial](#), [semipresencial](#) y [online](#))

	Presencial		Semipresencial		Online		General	
	Alumnos	%	Alumnos	%	Alumnos	%	Alumnos	%
Edad								
Entre 22 y 26 años	57	76%	8	19%	11	42,30%	76	53,15%
Entre 27 y 30 años	7	9,30%	17	40,50%	7	26,90%	31	21,68%
Entre 31y 38 años	8	12%	12	28,60%	7	26,90%	27	19,58%
Mayores de 39 años	2	2,70%	5	11,90%	1	3,80%	8	5,59%
Total	74	100,00%	42	100,00%	26	100,00%	142	100,00%
Procedencia								
Cataluña	48	64%	31	73,80%	8	30,80%	87	60,84%
Resto España	11	14,70%	6	14,30%	9	34,60%	26	18,18%
Europa (excepto España)	1	1,40%	5	11,90%	2	7,70%	8	5,59%
Latinoamérica	14	20%	0	0%	6	23%	20	15%
Otros	0	0%	0	0%	1	3,80%	1	0,70%
Total	74	100,00%	42	100,00%	26	100,00%	142	100,00%
Titulación de procedencia								
ADE, Economía y C. Empresariales	61	81,40%	40	95,20%	22	84,60%	123	86,01%
Contabilidad y Finanzas	5	6,7%	1	2,40%	3	11,50%	9	6,29%
Ingeniería	6	8%	0	0,00%	0	0,00%	6	4,20%
Otras	3	4%	1	2,40%	1	3,80%	5	3,50%
Total	74	100,00%	42	100,00%	26	100,00%	142	100,00%

Según se observa, la mayoría de los alumnos (53,15%) está en el rango de edad 22-26 años, aunque el número de alumnos entre 27 y 38 también es muy relevante. De hecho, la media de edad difiere ligeramente en función de la modalidad, constando que en las modalidades online y semipresencial la mayoría de alumnos está en el rango de 27 a 38 años.

En cuanto a la procedencia, un 60,84% de los alumnos proceden de Cataluña, aunque también dicha procedencia difiere entre modalidades. Es en la modalidad online donde se observa más diversidad, representando los alumnos internacionales un 34,5% del total, lo que demuestra el alto grado de internacionalización de la titulación.

Las titulaciones previas de los alumnos también se corresponden con el perfil idóneo. Esto es, alumnos que poseen una titulación universitaria de licenciado preferiblemente en ADE, Economía o Empresariales. No obstante, el programa también está abierto a personas que tienen una titulación universitaria en otras áreas de conocimiento si disponen de experiencia laboral previa demostrable en el sector contable o financiero.

En este sentido, destacar que solo un 7,70% de los alumnos matriculados provienen de titulaciones diferentes de ADE, Economía o Empresariales. En estos casos, se ha valorado, tal y como recoge la memoria de verificación, que el alumno tenga experiencia en el campo de la contabilidad y finanzas por un mínimo de 3 años. Comentar también que entre el alumnado procedente de Latinoamérica es muy común la titulación de “Ingeniero Comercial” o similar, titulaciones que ya de por sí llevan incorporadas en su plan de estudios asignaturas de contabilidad y finanzas.

El trabajo interno realizado y la idoneidad de perfiles han dado como resultado que la tasa de abandono sea mínima y no supere en ningún caso, en un año académico, el 3% para ninguna modalidad (incluyendo online y semipresencial donde, debido a las particularidades de estas dos modalidades, las tasas suelen ser mucho más elevadas).

Por lo que respecta a las plazas ofertadas, en el primer año académico que el programa es Máster Universitario, curso 2014-15, la demanda supera las expectativas (para un total de 65 plazas ofertadas, presentan candidatura 202 personas en forma de preinscripción). Esto explica que en algunas modalidades como la online, se llegaran a cuadruplicar las preinscripciones con respecto a las plazas ofertadas.

Para responder a la alta demanda se planificaron dos grupos clase, uno para cada especialidad, doblando las horas impartidas y aumentando el equipo docente.

En los siguientes cursos la demanda siguió siendo muy elevada, por lo que se procedió a aumentar el número de plazas.

Indicadores	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Plazas ofertadas	65	135	155
Preinscripciones	202	221	245
Admisiones	147	167	180
Estudiantes de nuevo ingreso	117	141	153
% admisiones sobre preinscritos	72,8%	75,57%	73,47%
% estudiantes nuevo ingreso sobre admitidos	79,6%	85,03%	86,11%
% de cobertura de plazas ofertadas	180%	104%	98,7%

La elevada demanda permite a la dirección académica realizar una cuidadosa selección de candidatos para asegurar perfiles homogéneos.

Esta selección exhaustiva no ha sido obstáculo para alcanzar en el curso 16-17 prácticamente **el 100% de las 155** plazas ofertadas.

Así pues, tanto la Dirección Académica del programa como el Centro consideran, en vista de los datos presentados, que todos los estudiantes matriculados presentan el perfil de acceso idóneo y su número es coherente con las plazas ofertadas.

Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa

Todos los estudiantes admitidos en el Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa tienen un perfil de acceso adecuado para la titulación. Los estudiantes acceden al Máster con el objetivo, entre otros, de cursar los contenidos incluidos en la Resolución de 12 de junio de 2012 del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas para la homologación de la parte teórica de acceso al ROAC. Por lo tanto, desde el punto de vista de coordinación del grupo y asimilación de conceptos y competencias, es importante que el perfil de los estudiantes sea muy similar. En este sentido, tal como se especifica en la memoria, la procedencia de los estudiantes debe ser del ámbito de empresa, es decir, licenciatura o grado en Administración y Dirección de Empresas, Economía, *Management*, doble grado ADE-Derecho, etc.

Para poder equiparar el nivel de competencia de los estudiantes que proceden de la Diplomatura en Empresariales o grados de 180 ECTS similares, es imprescindible que éstos dispongan de tres años de experiencia en el ámbito de gestión empresarial o auditoría. En general, tal como se apuntaba en la memoria, si excepcionalmente se recibe un candidato cuya procedencia no sea específicamente del ámbito de empresa, éste debe demostrar una experiencia mínima de tres años en el ámbito de la gestión empresarial. El perfil del estudiante que se apuntaba en la memoria, por lo tanto, ha sido el que ha accedido al Máster.

En el último curso, tanto en la versión presencial como semipresencial, podemos ver que el 100% de los alumnos procedían de titulaciones vinculadas al ámbito de la empresa y los negocios (ADE, Economía, Contabilidad y Finanzas...).

Desde un punto de vista de género, si observamos la última edición, el porcentaje de mujeres que ha cursado el Máster ha sido del 39% en el presencial y del 48% en el semipresencial. La edad de los participantes se ha situado en la franja de menos de 25 años en un porcentaje del 61% en el presencial y del 92% en el semipresencial. Su procedencia ha sido básicamente Cataluña (61% presencial y 97% semipresencial). Aunque hay un amplio abanico en cuanto a las universidades de procedencia. Podemos destacar que un 38% de los participantes de la modalidad semipresencial procede de la Universidad Pompeu Fabra.

A continuación, se presenta un resumen de los datos de perfil de los alumnos del curso 2016-2017. En el portal de evidencias se dispone del análisis para todos los cursos ([presencial](#) y [semipresencial](#)).

Como puede observarse, el perfil de los participantes es muy homogéneo. El participante estándar sería una persona de menos de 25 años (90%), procedente de una universidad catalana (94%) con una titulación en ADE, Economía o Empresariales (89%).

	Presencial		Semipresencial		General	
	Alumnos	%	Alumnos	%	Alumnos	%
Edad						
Menos de 25 años	11	61%	206	92%	216	90,00%
Entre 25 y 30 años	5	28%	17	8%	22	9,17%
Entre 31y 35 años	2	11%	0	0%	2	0,83%
Total	18	100%	223	100%	240	100%
Procedencia						
Cataluña	11	61%	215	96,5%	226	94,17%
Resto España	4	22%	8	3,5%	11	4,58%
Latinoamérica	3	17%	0	0,00%	3	1,25%
Total	18	100%	223	100%	240	100%
Titulación de procedencia						
ADE	9	50,00%	133	59,6%	141	58,75%
Economía	4	22,22%	44	19,82%	48	20,00%
Empresariales	1	5,56%	24	10,81%	25	10,42%
Contabilidad y Finanzas	3	16,67%	3	1,35%	6	2,50%
Otras (*)	1	5,56%	19	8,56%	20	8,33%
Total	18	100%	223	100%	240	100%

(*): Incluye doble grado “Administración y Dirección de Empresas / Derecho”, “Negocios Internacionales” y “Empresa e Innovación”, previa evaluación que hayan cursado durante el grado las asignaturas de contabilidad y empresa correspondientes.

Por otro lado, en referencia al perfil, si observamos la última encuesta de valoración realizada al [profesorado](#), un 92,8% apunta que el perfil y el nivel de competencias previas de los estudiantes a cursar su asignatura es bueno o excelente y destacan como puntos fuertes la “calidad del alumnado”, el “perfil y nivel de los estudiantes”, “el interés de los alumnos para resolver los problemas o casos en clase” o “un buen nivel de motivación general del alumnado en relación a su asistencia y participación en clase”.

Para poder asegurar todo lo comentado anteriormente y determinar una coherencia en los perfiles de los alumnos que llevarán a cabo la titulación, existe un riguroso proceso de admisión, donde la Dirección Académica evalúa a los potenciales candidatos mediante los siguientes criterios, sobre un máximo de 5 puntos. En el siguiente [documento](#) publicado en el portal de evidencias se puede consultar el detalle del mismo.

El número de estudiantes admitidos se encuentra ligeramente por debajo de las ofertadas en los cursos 14-15, 15-16 y 16-17. A pesar de que el número de preinscritos era cercano a la cifra de plazas ofertadas, algunos de estos candidatos no fueron admitidos por el perfil y considerando la homogeneidad del grupo. Por lo tanto, una acción de mejora a corto plazo es aumentar el número de estudiantes de nuevo ingreso para la modalidad presencial.

Indicadores (versión presencial)	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Plazas ofertadas	30	30	30
Preinscripciones	29	32	37
Admisiones	19	23	22
Estudiantes de nuevo ingreso	14	19	18
% cobertura de plazas ofertadas	46,6%	63%	60%
Indicadores (versión semipresencial)	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Plazas ofertadas	250	250	250
Preinscripciones	239	320	324
Admisiones	225	232	228
Estudiantes de nuevo ingreso	209	217	223
% cobertura de plazas ofertadas	83,6%	86%	89,2%

En el curso académico 2017-18, la campaña de promoción del programa se ha intensificado con acciones que se han incluido en el [informe de seguimiento](#) (disponible también en el apartado de información pública de la web). Estas acciones, junto con la mejora del sector, han derivado en unos resultados muy satisfactorios. A fecha de redacción de este autoinforme (y a falta de 1 mes del inicio del programa) ya se han cubierto el 100% de las plazas (30 en la versión presencial). Así pues, estamos muy satisfechos con la evolución claramente positiva del número de estudiantes de nuevo ingreso.

Sumando las dos modalidades (presencial y semipresencial) el % de cobertura de plazas ha sido en todos los cursos superior al 85%.

La Dirección considera que la homogeneidad en cuanto al perfil y los conocimientos previos de los estudiantes ha sido uno de los puntos clave para el éxito conseguido por el Programa, ya que los estudiantes presentan unas competencias previas muy parecidas. Sus objetivos a nivel profesional (ser auditor de cuentas, convalidar la parte teórica de acceso al ROAC, etc.) son también muy similares. Esta homogeneidad cohesiona académicamente el grupo y facilita el proceso de asimilación de competencias a las que se compromete el Máster.

Así pues, tanto la Dirección Académica del programa como el Centro consideran, en vista de los datos presentados, que todos los estudiantes matriculados presentan el perfil de acceso idóneo y su número es coherente con las plazas ofertadas.

Máster Universitario en Información Digital

Los estudiantes del Máster en Información Digital tienen un perfil adecuado a las características de la titulación de acuerdo con las especificaciones indicadas en la memoria. Esta adecuación se asegura con un riguroso proceso de selección basado en los siguientes criterios. En el siguiente [documento](#) publicado en el portal de evidencias se puede consultar el detalle del mismo.

El perfil del estudiante del Máster cumple con el perfil esperado teniendo características específicas en cada una de las tres especialidades. Este aspecto tiene relación con la titulación de procedencia. Por ejemplo, la mayor parte de los titulados en Documentación realizan la especialidad en Documentación Digital, los de Diseño se inclinan por Usabilidad y los de Marketing tienden a realizar la especialidad en Buscadores. Los estudiantes procedentes de otras titulaciones, como Comunicación, realizan cualquiera de los tres itinerarios.

La parte común de la titulación ofrece los conocimientos necesarios sobre la web y sus tecnologías para asegurar esta homogeneización de conocimientos y permitir afrontar de forma satisfactoria la especialización. El proceso de selección y el diseño de la parte común de la titulación han permitido que la tasa de abandono sea muy baja a pesar de tratarse de formación no presencial (más información en el punto 6.3).

La mayoría de los estudiantes proceden de España, el 82% en el curso 2014/2015 y el 71% en el curso 2015/2106. Sin embargo, el número de estudiantes latinoamericanos ha experimentado un aumento en los últimos años llegando casi al 20% de las matrículas. Hay también un 6% de estudiantes residentes en el resto de Europa. El porcentaje de mujeres es ligeramente superior al de hombres. En cuanto a la edad, entre un 50% y un 60% tienen entre 25 y 35 años, pero también es significativa la franja de edad de más de 35 años, con alrededor de un 30% de matrículas. El estudiante estándar sería una persona residente y titulada en España, entre 25 y 35 años con una titulación en Comunicación o Documentación.

	Curso 2014/2015		Curso 2015/2016		Curso 2016/2017	
Género						
Mujer	38	60,30%	36	56,30%	19	48%
Hombre	25	39,70%	28	43,80%	21	21%
Total	63	100,00%	64	100,00%	40	100%
Edad						
Menos de 25 años	9	14,30%	7	10,90%	3	8%
entre 25 y 30 años	15	23,80%	16	25,00%	15	38%
entre 31 y 35 años	18	28,60%	24	37,50%	11	28%
más de 35 años	21	33,30%	17	26,60%	11	28%
Total	63	100,00%	64	100,00%	40	100%
Procedencia						
Cataluña	26	41,30%	20	31,30%	17	43%
Resto de España	26	41,30%	26	40,60%	14	35%
Europa	3	4,80%	4	6,30%	1	3%
Latinoamérica	8	12,70%	12	18,80%	7	18%
Norte América	0	0,00%	1	1,60%	1	3%
Asia	0	0,00%	1	1,60%		
Total	63	100,00%	64	100,00%	40	100%
Universidad de procedencia						
UPF	2	3,20%	3	4,70%	3	8%
UB	7	11,10%	7	10,90%	5	5%
UAB	6	9,50%	4	6,30%	2	5%
Otras U. Catalanas	13	20,60%	8	12,50%	9	23%
U. Resto de España	28	44,40%	25	39,10%	16	40%
Europa	1	1,60%	2	3,10%	1	3%
Latinoamérica	6	9,50%	15	23,40%	8	21%
Total	63	100,00%	64	100,00%	40	100%
Titulación de procedencia						
Comunicación y Periodismo	13	20,60%	12	19,00%	15	38%
Diseño y Arte	5	7,90%	7	11,00%	4	10%
Documentación	19	30,20%	17	27,00%	6	15%
Empresa	8	12,70%	3	5,00%	2	5%
Ingeniería y Multimedia	2	3,20%	9	14,00%	8	20%
Marketing	0	0,00%	1	2,00%	1	3%
Publicidad y RRPP	5	7,90%	7	13,00%	2	5%
Otros	11	17,40%	8	11,00%	2	5%
Total	63	100,00%	64	100,00%		

En relación con la ratio de matriculados respecto a las plazas ofertadas y las matriculas de estudiantes, conviene destacar que durante el curso 2014/2015 se produjeron el doble de preinscripciones (81) que de plazas ofertadas (40). Esto es especialmente significativo teniendo en cuenta que sólo se llegaron a desarrollar 2 de las 3 especialidades previstas. Por ello, se solicitó aumentar el número de plazas ofertadas y así cubrir el aumento previsto de la demanda al abrir la tercera especialidad (Usabilidad). No obstante, a partir del curso 2016/2017 el número de prescripciones disminuyó (principalmente en la especialidad de Documentación) y no se pudo cubrir la totalidad de las plazas aprobadas (80).

La previsión de matrículas para el curso 2017-2018 en las diferentes especialidades (en el momento de redacción de este documento) es ligeramente superior a la del año 16-17.

De todos modos, a pesar de los esfuerzos de promoción, se ha constatado que el aumento de cursos y programas existentes en el mercado que pueden considerarse competidores es uno de los motivos de la reducción de inscripciones, que no el interés por la titulación. Es por ello por lo que en los planes de mejora se indica la reducción de plazas ofertadas y se incluye revisar una de las especialidades para acercarlo más a las necesidades del sector y las empresas, en un ámbito como el digital en que los cambios y avances tecnológicos son habituales.

Indicadores	Curso 2014-2015	Curso 2015-2016	Curso 2016-2017
Plazas ofertadas	40	80	80
Preinscripciones	81	81	56
Admisiones	75	75	45
Estudiantes de nuevo ingreso	63	64	40
% cobertura plazas	157%	80%	50%

Así pues, tanto la Dirección Académica del Programa como el Centro consideran, en vista de los datos presentados, que todos los estudiantes matriculados presentan el perfil de acceso idóneo y el número de estudiantes es coherente a las plazas ofertadas, a pesar de la realidad de un entorno competitivo en movimiento constante.

Máster Universitario en Marketing

Tal y como se observará en el apartado 6.3 del presente documento, la tasa de graduación y la tasa de rendimiento de la titulación son prácticamente del 100% en las dos ediciones ya finalizadas. Además del esfuerzo realizado tanto por los profesores como por los estudiantes durante el programa, este resultado corrobora la idoneidad de los criterios de admisión, que aseguran que el perfil de ingreso de los alumnos es el adecuado para superar satisfactoriamente las competencias y los objetivos de contenido definidos en el Máster.

Las titulaciones de los estudiantes matriculados se corresponden con los distintos grados relacionados con el área de marketing: Administración de Empresas, Economía, Comunicación y Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas. No obstante, el programa también está abierto a candidatos que disponen de una titulación universitaria en otras áreas de conocimiento si disponen de experiencia laboral en el área de Marketing.

Cabe destacar que la heterogeneidad en las titulaciones universitarias de los alumnos añade valor al proceso formativo a lo largo del Máster, ya que fomenta los debates, discusiones y distintos enfoques de análisis, tanto en las dinámicas de las sesiones como en los trabajos y actividades en equipo a lo largo del Máster.

Con el fin de nivelar el perfil de entrada de los estudiantes, se ofrecen dos complementos formativos: *Técnicas cuantitativas aplicadas al Marketing* y *Finanzas aplicadas al Marketing*, que el estudiante deberá cursar dependiendo de su formación académica. Sin embargo, los estudiantes no las han requerido hasta el momento puesto que, a pesar de su heterogeneidad, disponían de los conocimientos previos necesarios para seguir el ritmo con normalidad.

Para poder garantizar una coherencia de los perfiles de los alumnos que cursarán el programa, existe un proceso previo de admisión, donde la Dirección Académica evalúa el perfil del candidato y su ajuste con los objetivos y contenidos del programa. En el siguiente documento puede consultarse el detalle.

A continuación, se presentan los datos de perfil de los alumnos matriculados, diferenciando entre sexo, edad, procedencia y titulación previa. Estos datos, que también están disponibles en el portal de evidencias, hacen referencia a las dos últimas ediciones (cursos 2015-2016 y 2016-2017)

	Curso 2015-2016		Curso 2016-2017	
	Alumnos	%	Alumnos	%
Sexo				
Mujer	20	57%	31	72%
Hombre	15	43%	12	18%
Total	35	100%	43	100%
Edad				
Menores de 25 años	22	63%	23	53%
Entre 25 y 30 años	12	34%	20	47%
Entre 31 y 35 años	1	3%	0	0%
Mayores de 30 años	0	0%	0	0%
Total	35	100%	43	100%
Procedencia				
Cataluña	16	46%	23	53,5%
Resto España	2	6%	2	4,6%
Europa (excepto España)	0	0%	1	2,3%
Latinoamérica	15	43%	12	28%
Otros	2	6%	1	2,3%
Asia	0	0%	4	9.3%
Total	35	100%	43	100%
Titulación de procedencia				
Administración y Dirección de Empresas	16	46%	13	30%
Ciencias Empresariales y Gestión Empresarial	0	0%	4	9%
Marketing y otras carreras comerciales	5	14%	3	7%
Economía y Finanzas	5	14%	10	23%
Comunicación	3	9%	7	16%
Publicidad y Relaciones Públicas	3	9%	3	7%
Otras	3	9%	3	7%
Total	35	100%	43	100%

Según se observa, a excepción de un único estudiante mayor de 31 años, en las dos últimas ediciones la mayoría de los alumnos están en el rango de edad menor de 25 años (63% y 53%), seguido por el rango de edad entre 25 y 30 años (34% y 47%). En cuanto a la procedencia, el 46% y el 53.5% de los alumnos proceden de Cataluña, seguido de estudiantes latinoamericanos, que representa un 43% y un 28% del total. En el curso académico 2016-2017 se contó con un 9.3% de estudiantes de procedencia asiática.

En lo que respecta a plazas ofertadas, desde la primera edición (2014-2015) la demanda superó las expectativas, por lo que se ha solicitado incremento del número de plazas de 40 a 50 para cada grupo de idioma. Cabe destacar que en la última edición 2016-2017 se alcanzaron 113 preinscripciones, por lo que la demanda se incrementó en un 85% respecto de la edición anterior.

Indicadores	2014-2015	2015-2016	2016-2017
Plazas ofertadas	40	50	50
Preinscripciones	75	61	113
Admisiones	46	43	56
Estudiantes de nuevo ingreso	36	35	42
% admisiones sobre preinscritos	48%	70,5%	49,6%
% estudiantes nuevo ingreso sobre admitidos	78,3%	81,4%	75%
% cobertura de plazas	90%	70%	84%

En el curso 16-17 se cubrieron prácticamente el 90% de las plazas ofertadas para la edición en castellano. Este resultado, junto con el exhaustivo proceso de admisión en el que se apuesta indudablemente por calidad por encima de cantidad, nos permite afirmar que disponemos de una relación coherente entre las plazas ofertadas y los estudiantes finales.

La diferencia respecto a la totalidad de las plazas se debe en la mayoría de los casos a bajas de última hora provocadas principalmente a factores externos a la titulación (problemas en visados, no obtención de becas o ayudas económicas para sufragar la estancia, cambios de rumbo profesional, etc.) habituales en perfiles de entrada internacionales.

Así pues, tanto la Dirección Académica del Programa como el Centro consideran, en vista de los datos presentados, que todos los estudiantes matriculados presentan el perfil de acceso idóneo y su número es coherente con las plazas ofertadas.

1.4. La titulación dispone de mecanismos de coordinación docente adecuados.

El Centro dispone de un mecanismo general de coordinación docente en el que se especifican las responsabilidades del equipo de Dirección Académica para cada titulación. El equipo de Dirección Académica de cada titulación puede estar compuesto por diferentes figuras en función del número de participantes, la amplitud de profesorado, las características propias del plan de estudios u otros factores.

Las tareas básicas Dirección y Coordinación Académica son las siguientes:

- Diseño del programa de contenidos de las diferentes asignaturas y evaluación de la necesidad de actualización de los temas, así como del método pedagógico.
- Evaluación del desarrollo de las asignaturas y materias del Máster, con especial referencia a los posibles aspectos de duplicidades y solapamientos a evitar, equilibrio entre la parte conceptual y aplicada, así como al uso de diversas metodologías de aprendizaje.
- Evaluación de los criterios y métodos de valoración del rendimiento académico de los estudiantes.
- Seguimiento del Trabajo Final del Máster con el coordinador de la asignatura.
- Resolución de las posibles incidencias que pudiesen producirse a lo largo del curso académico.
- Análisis y seguimiento de los indicadores académicos del programa.
- Análisis de los indicadores de satisfacción de los estudiantes (encuestas de los estudiantes sobre el programa, sus profesores y los recursos de la institución) y, si los hubiera, de los profesionales (evaluación de las prácticas y/o su progresión en el lugar de trabajo).
- Análisis de los indicadores de la encuesta al profesorado (sobre el grupo de estudiantes, su nivel, los recursos de la institución o los sistemas de evaluación).
- Aprobación de las modificaciones pertinentes para mejorar el programa desde cualquiera de los puntos de vista relacionados con el mismo.

Podemos afirmar que esta organización de tareas y la aplicación de los instrumentos que se detallan posteriormente para coordinar el profesorado han producido resultados satisfactorios desde dos perspectivas:

- La evolución académica de los estudiantes se ha producido según lo esperado, tal y como se aprecia en las tasas de rendimiento académicas.
- El nivel de satisfacción de los diferentes grupos de interés (estudiantes y profesores) ha sido también elevado, lo que nos corrobora la utilidad de estos mecanismos de coordinación docente.

Como se verá posteriormente en el apartado relacionado con el profesorado, se debe tener en cuenta que tanto las Direcciones Académicas de las titulaciones como gran parte del equipo de profesores con más protagonismo en los másteres forman parte del *Core Faculty* de la UPF-BSM. Este aspecto es clave para el seguimiento del Programa, ya que el *Core Faculty* está plenamente integrado en la estrategia y operativa de la institución, y en contacto continuo con el alumnado.

Instrumentos y canales de comunicación para la coordinación docente

- Reuniones individuales de coordinación docente con el profesorado: la Dirección Académica, en función de la duración de la asignatura, mantiene una reunión/comunicación antes del comienzo de la asignatura, otra en el transcurso de la misma y una tercera al finalizar el período de evaluación de la asignatura. La Dirección Académica se encarga de revisar la planificación docente para que no exista solapamiento de contenido entre las diferentes asignaturas impartidas por diferentes profesores. Así mismo, la Dirección Académica

también vela para que el contenido de los materiales esté actualizado (bibliografía, material de lectura y casos de análisis), de modo que los alumnos puedan adquirir las competencias previstas.

- Reuniones generales de coordinación docente con el Claustro de profesores: se lleva a cabo, como mínimo, una reunión de claustro al finalizar el curso y como preparación del siguiente ya que permite compartir el conocimiento trasversal de los contenidos, el método pedagógico, la coordinación de los temas y valorar el seguimiento de la titulación. También es el mecanismo para que el equipo de profesores conozca el perfil del grupo al que van a impartir clases.
- Reuniones con el delegado de curso: es el canal de comunicación con el grupo de estudiantes y se llevan a cabo, como mínimo, con carácter trimestral.
- Seguimiento individualizado de cada estudiante: es la aplicación de la coordinación docente y del plan de acción tutorial a través de las sesiones de tutorías con los estudiantes (grupales o individuales).
- Informe de seguimiento: es el instrumento que resume el funcionamiento de la titulación para un curso específico y donde se establece el plan de mejora para el siguiente curso académico.

Al finalizar cada curso académico se lleva cabo una reunión de balance general, en la que se analizan los puntos fuertes y los puntos a mejorar y se elabora un plan de mejora para tener en cuenta en el Informe de Seguimiento de la titulación, tal y como se indica en el procedimiento correspondiente en el Sistema de Garantía Interna de la Calidad (SGIC):

<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/static/docs/quality/O21-coordinacion-docente.pdf>

El Departamento de Dirección Académica del Centro vela por la calidad docente de las titulaciones y complementa las tareas del equipo de Dirección Académica. Es por ello por lo que organiza reuniones de definición, planificación, seguimiento y cierre para analizar, valorar y detectar oportunidades de mejora de forma sistemática en la titulación. Para ello incorpora y considera la opinión de los diferentes grupos de interés (profesores, estudiantes, antiguos estudiantes, empleadores...).

Asimismo, la Dirección Académica del Centro promueve diversos encuentros entre directores de diferentes titulaciones con el objetivo de poner en común nuevas metodologías, actividades académicas y buenas prácticas que se estén llevando a cabo en las diferentes titulaciones.

Además del mecanismo general, cada titulación puede añadir instrumentos y/o medidas de seguimiento según sus particularidades o propuestas de mejora.

Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa

La coordinación docente del Máster es responsabilidad de los Codirectores Académicos del programa y se divide en dos fases diferenciadas.

Una primera fase de planificación, en la que se coordina todo el calendario del curso, fijando contenidos y profesorado para que los alumnos adquieran las competencias. Igualmente, es en esta fase donde la Dirección Académica planifica cada sesión con el profesorado para cubrir cualquier tipo de imprevisto y asegurar la ejecución de la planificación inicial.

La segunda fase es la de seguimiento, en la que la Dirección Académica sigue muy de cerca la evolución del curso para corregir posibles contingencias. Este seguimiento se hace teniendo en cuentas los resultados de satisfacción de los alumnos, entrevistas con los delegados y diversas reuniones individuales o colectivas con el profesorado.

Dada las características de la titulación, tres modalidades y tres especialidades, la coordinación académica es especialmente importante. Es por ello por lo que el equipo de codirectores pone en marcha todos los mecanismos indicados por el centro y los refuerza con acciones puntuales en el caso que sea necesario. Por ejemplo, las reuniones de claustro tienen en esta titulación carácter trimestral. El objetivo de estas reuniones es la coordinación entre la Dirección Académica y el grupo docente, así como compartir reflexiones sobre los grupos donde los docentes han impartido clase. En estas reuniones se tratan también casos individuales de alumnos. Por otro lado, la reunión de claustro de final del primer trimestre sirve para discutir con los profesores los distintos TFM propuestos por los alumnos (después de que éstos hayan recibido orientación por parte de la dirección académica).

De acuerdo con las pautas marcadas por la Dirección Académica y tal y como contempla la guía de elaboración del TFM, los tutores deben estar en posesión del título de doctor, aunque excepcionalmente se pueden asignar TFM a profesores que disponen de un perfil marcadamente profesional cuando el tema seleccionado sea muy específico y/o práctico. Durante la fase de discusión de la asignación de TFM, se reúnen solamente los profesores implicados y la Dirección Académica.

Adicionalmente, está contemplado que la Dirección Académica se reúna individualmente con el profesorado en caso de detectar alguna incidencia en las encuestas de satisfacción que cumplimentan los estudiantes.

El hecho que los alumnos respondan diversas encuestas de evaluación docente a lo largo del curso permite que la Dirección Académica pueda valorar los resultados de forma continua y actuar cuando sea necesario. La Dirección Académica considera seriamente todos los resultados de las encuestas de satisfacción que responden los alumnos, tratándolos individualmente con el profesor en cuestión, en la reunión de claustro o teniéndolo en cuenta como un punto de mejora para las ediciones posteriores. En este último caso, las acciones se incluyen en los correspondientes informes de seguimiento de la titulación.

En los cursos 14-15 y 15-16 prácticamente un 100% de los participantes (99%) se consideró globalmente satisfecho con la coordinación docente del programa como puede observarse en las diferentes encuestas publicadas en el apartado 6 del portal de evidencias.

Por otro lado, para la Dirección Académica también es muy importante el índice de satisfacción del profesorado para asegurar que disponen de todas las herramientas necesarias para impartir las clases y así la adquisición de competencias por parte de los alumnos.

De las encuestas de satisfacción del profesorado (presencial, semipresencial y online), se concluye que en todas las modalidades existe un alto grado de satisfacción, destacando especialmente los siguientes aspectos que para la Dirección Académica son clave:

- a) El alto grado de satisfacción del profesorado con las competencias del alumno (remarcando que el perfil del alumnado es óptimo para el programa).
- b) El alto grado de coordinación entre profesores.

Año 2015-2016 (% de profesores que valoran bien o excelente)	Presencial	Semipresencial	Online
Porcentaje de respuesta de la encuesta	37%	44%	27%
Competencias alumnado	89%	87,50%	100%
Interacción profesorado / alumnado	89%	87,50%	100%
Coordinación entre profesores	100%	100%	100%
Oportunidad de dar <i>feedback</i> de mejora del programa	100%	100%	100%
Peso de su asignatura en Plan de Estudios	89%	100%	100%
Servicios generales de la universidad (recursos, espacios, gestor operativo y resolución incidencias)	100%	100%	100%
Satisfacción GLOBAL del Profesorado	100%	100%	100%

Es remarcable el hecho de que los profesores tienen en todo momento capacidad para expresar su opinión a la Dirección Académica y proponer mejoras en aras de buscar la excelencia del Programa.

Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa

La coordinación docente del Máster es responsabilidad de los Codirectores Académicos del programa, tanto en el momento de planificar el curso como durante el mismo. La actuación de los Directores Académicos se basa en las directrices marcadas por el Centro y se puede dividir en dos fases temporales:

- i. **Fase inicial del curso.** Antes de empezar el curso se reúne el claustro para coordinar profesores y contenidos.

En lo referente al profesorado, los directores se reúnen con los docentes al inicio del programa, informándolos del perfil y el número de estudiantes. En la reunión se comunica a los profesores cualquier novedad para tener en cuenta durante el año académico en referencia a los contenidos que se necesitan impartir para homologar la parte teórica de acceso al ROAC, así como cualquier novedad en el reglamento emitido por el ICAC que sea susceptible de integrarse en el plan docente. La Resolución de 12 de junio de 2012 del ICAC delimita muy claramente los módulos, ECTS y contenido académico a ser impartido, con lo cual normalmente no se producen coincidencias de contenido entre asignaturas. A pesar de ello, el ICAC frecuentemente actualiza su normativa (por ejemplo, la introducción de las NIA ES o la nueva Ley de Auditoría) con lo cual esta reunión sirve para asegurarse que los contenidos estén siempre alineados con la normativa del ICAC.

- ii. **Fase posterior.** Una vez iniciado el curso, y antes de que cada profesor imparta la sesión, la Dirección Académica valida los contenidos realizados por el docente antes de ser entregados a los alumnos. El objetivo es asegurarse de que los materiales sigan tanto la resolución de 12 de junio de 2012 del ICAC como cualquier novedad emitida por este organismo.

Se realizan tres reuniones formales de claustro durante el año académico, con periodicidad trimestral. El objetivo de estas reuniones es la coordinación entre la Dirección Académica y el grupo docente, así como compartir reflexiones sobre los grupos donde los docentes han impartido clase. En estas reuniones se tratan también casos individuales de alumnos de forma habitual.

Por otro lado, la reunión de claustro de final del primer trimestre sirve para discutir con los profesores los distintos TFM propuestos por los alumnos (después de que éstos hayan sido orientados por la Dirección Académica). De acuerdo con la guía de TFM que tienen los alumnos, los directores tienen que tener el título de doctor, aunque excepcionalmente se pueden asignar TFM a profesores de perfil profesional de auditoría cuando el tema sea muy específico y práctico. Durante la fase de discusión de la asignación de TFM, se reúnen solamente los profesores implicados (actualmente en el Máster hay 17 profesores con el título de doctor, aunque, como hemos mencionado, también pueden asistir a esta fase de la reunión auditores que hayan superado la fase de acceso al ROAC y que tengan conocimiento específico de algún tema concreto propuesto por los alumnos). Como podrá observarse en el apartado 6.1, los estudiantes valoran muy positivamente la disponibilidad de los tutores.

Adicionalmente está contemplado que los directores se reúnan individualmente con el profesorado en caso de que en las encuestas de satisfacción del alumnado sobre la actividad docente se haya detectado alguna incidencia. De igual modo, también está contemplado que la dirección pueda convocar reuniones extraordinarias con los delegados. Las ordinarias se realizan trimestralmente.

Además, entre la Dirección Académica del programa y los delegados siempre hay una vía abierta de comunicación ya sea antes de empezar las clases o vía correo electrónico.

En la última encuesta realizada al profesorado, cuya tasa de participación fue del 96%, se observa que un 89,3% de los profesores considera que la coordinación e interacción entre profesores es buena o excelente, un 96,4% considera que tiene un soporte institucional bueno o excelente para el desarrollo de la actividad docente y un 89,3% considera que la organización docente de la asignatura es buena o excelente.

Asimismo, el cuerpo docente, en la última encuesta, ha destacado entre los puntos fuertes “el buen ambiente entre el profesorado”, el “contacto fluido con la Dirección/Coordinación del Programa”, la “relación entre el equipo de profesorado”, la “buena tarea de coordinación”, la “reacción inmediata de la dirección ante cualquier problema que pueda surgir” o que “la coordinación del programa es excelente tanto en calidad como en la disponibilidad del Coordinador”.

La Dirección Académica del Programa seguirá trabajando para mantener dichos porcentajes utilizando los mecanismos establecidos, ya que han demostrado su efectividad.

Adicionalmente los profesores tienen en todo momento capacidad para expresar su opinión a la Dirección Académica personalmente y mediante encuestas anónimas. El objetivo es recibir su *feedback*, valorar sus propuestas y decidir, si procede, su incorporación en el programa.

En el apartado de evidencias podrá observarse que tanto la coordinación entre profesores como la satisfacción del equipo de profesorado ha sido remarcable.

Los resultados finales de la valoración del apartado de “coordinación docente” y “orientación académica y de apoyo al aprendizaje” por parte de los alumnos para el curso 2015-2016 pueden observarse en la tabla siguiente:

Valoración Coordinación académica	Presencial	semipresencial
Excelente	89,50%	47,70%
Bien	10,50%	40,90%
Regular	0,00%	9,10%
NS/NC	0,00%	2,30%
Total	100,00%	100,00%

A partir de la tabla anterior puede observarse que los alumnos consideran la coordinación académica del programa como buena o excelente en un 100% de los casos tanto en el grupo presencial y un 88% en el semipresencial. A la luz de estos datos, que valoramos muy positivamente, seguimos trabajando tanto desde la titulación como desde el centro para mejorarlos. Como resultado de este trabajo, en el siguiente curso 16-17 y para la edición semipresencial, el 100% de los alumnos indicó que su valoración estaba entre el excelente (54,5%) y el bien (45,5%).

Máster Universitario en Información Digital

La coordinación docente del Máster en Información Digital es responsabilidad del Equipo de Dirección del Máster, formado por Director, los Codirectores, el Coordinador del Trabajo Final de Máster y del Coordinador Académico. El Equipo se reúne de forma habitual, más frecuentemente al principio de curso y posteriormente al menos una vez al trimestre. El Equipo de Dirección planifica y coordina todos los aspectos relacionados con el diseño curricular y el desarrollo del Máster de acuerdo con las competencias y contenidos previstos.

El Coordinador Académico realiza el seguimiento del día a día de los profesores, informando de los calendarios de docencia, recordando los calendarios de evaluación cuando hay demoras, comunicando los resultados encuestas específicas de valoración de cada asignatura y unidad didáctica y coordinando los aspectos administrativos.

Además, cada asignatura tiene asignado un profesor principal que realiza las tareas de coordinación académica, revisa los contenidos, detecta posibles solapamientos, identifica partes del temario susceptibles a ser modificadas, actualizadas o retiradas y propone nuevos temas a incluir en el máster.

El Director Académico y el Equipo de Dirección mantienen una comunicación constante con los profesores-coordinadores por correo electrónico y por *skype*, especialmente al acabar el curso, para revisar y evaluar los resultados académicos y, al inicio del curso, para identificar aquellos cambios a implementar.

El Director Académico del Programa realiza las funciones de supervisor del Trabajo Final de Máster, revisando y proponiendo mejoras en el sistema de evaluación, asignando los tutores y analizando las evaluaciones para asegurar la adecuación de las mismas a las competencias adquiridas.

Debido a que el Máster se imparte 100% online, se ha creado además una intranet específica para la coordinación del profesorado. El objetivo es que los profesores puedan comunicarse con la Dirección y entre ellos y puedan encontrar de forma fácil y rápida la documentación necesaria para el correcto desarrollo de sus funciones. La intranet contiene un foro de debate con la Dirección y toda la documentación ordenada, como los tutoriales para la creación de los contenidos, el tutorial para la grabación de vídeos para los estudiantes, el manual de estilo de comunicación y la carta de compromisos.

Para el curso 2015-2016 un 100% de los estudiantes valoraron entre excelente y bien la coordinación docente (con una tasa de respuesta situada entre el 20 y el 34% según la especialidad). En el portal de evidencias se pueden consultar las encuestas de alumnos según la especialidad ([Documentación](#), [Usabilidad](#) y [Buscadores](#))

En la [encuesta realizada por los profesores](#), el aspecto de la coordinación e interacción entre los mismos recibió una valoración de excelente (57%) o bien (38%) en el 95,2% de los casos.

Este dato, unido al anterior, corrobora que los mecanismos de coordinación docente en la titulación son eficaces.

Máster Universitario en Marketing

La coordinación docente del Máster Universitario en Marketing es responsabilidad de los Codirectores Académicos del Programa, tanto en la planificación inicial, previa al comienzo de cada edición, como durante el curso.

A principios de curso, justo después de la primera sesión con los alumnos, se lleva a cabo una reunión claustral para informar a los profesores del perfil y número de estudiantes, las evaluaciones de las ediciones anteriores y las novedades y mejoras programadas para el curso que comienza. A los profesores de nueva incorporación (si los hay) se les presenta al resto de profesores, la estructura y contenidos del programa, el funcionamiento y los objetivos del curso. La sesión claustral concluye con una ronda de intervenciones del profesorado para compartir opiniones y analizar temas relacionados con las metodologías usadas, identificación de posibles solapamientos entre los contenidos de las asignaturas y metodologías de evaluación, entre otros temas de interés para el claustro.

En el Máster en Marketing los Directores Académicos se reúnen presencialmente con el delegado del curso como mínimo una vez al mes para tratar los temas e inquietudes que van surgiendo por parte de los estudiantes. Además de las reuniones programadas, entre la Dirección Académica y los delegados siempre hay un canal abierto de comunicación bien presencialmente antes de comenzar las sesiones bien a través de correo electrónico.

Adicionalmente está contemplado que los directores se reúnan individualmente con el profesorado en caso de que en las encuestas de satisfacción se haya detectado alguna incidencia. De igual modo, también está contemplado que la Dirección pueda convocar reuniones extraordinarias con los delegados.

Los estudiantes reciben múltiples encuestas de evaluación docente a lo largo del curso. La Dirección Académica recibe los resultados de estas encuestas y valora si hay cualquier punto a comentar con el grupo, ya sea colectivamente antes de empezar una clase o mediante los delegados. En este sentido, la opinión de los alumnos es considerada muy seriamente por parte de la Dirección Académica, y su análisis conlleva, si es necesario, reuniones presenciales con el profesor en cuestión para analizar el origen de la incidencia y mejorar la materia en la próxima edición del Máster.

En la última encuesta realizada al [profesorado](#) se observa que un 78% de los profesores considera que la coordinación e interacción entre profesores es buena o excelente, un 83% considera que tiene un soporte institucional bueno o excelente para el desarrollo de la actividad docente y un 89% considera que la organización docente de la asignatura es buena o excelente. La encuesta, que se realizó a los profesores del curso 15-16, contó con una tasa de respuesta del 54,5%. Asimismo, el cuerpo docente destacó entre los puntos fuertes *“la coordinación”*, la *“motivación y compromiso del equipo de coordinación”*, el *“soporte académico y la coordinación”*, la *“preocupación constante por la búsqueda de la excelencia”*, el *“interés y participación del alumnado en las sesiones”* y el *“interés por parte de la dirección del programa”* entre otros aspectos.

En la encuesta realizada a los estudiantes del curso 2015-2016 (tasa respuesta del 71%) un 88% y 96% de los alumnos consideraron excelente o buena la *“coordinación docente”* y la *“orientación académica y de apoyo al aprendizaje”* respectivamente.

1.5. La aplicación de las diferentes normativas se realiza de manera adecuada y tiene un impacto positivo sobre los resultados de la titulación.

El Centro considera los diferentes marcos normativos aplicables a los Másteres Universitarios.

- Guía de Verificación, seguimiento y verificación de las titulaciones (AQU).
- Programa AUDIT para el diseño, diagnóstico y certificación del Sistema de Garantía Interna de la Calidad.
- RD 1393/2007, RD 861/2010, RD 1027/2011 (MECES), RD 420/2015.

La correcta verificación de las titulaciones por parte de los órganos pertinentes, la aplicación de las normativas en materia de profesorado y la implementación del Sistema de Garantía Interna de Calidad nos ha permitido asegurar un buen despliegue de los programas.

Las titulaciones se han ido analizando de forma sistemática según regula el proceso de seguimiento para ir introduciendo acciones de mejora continua y/o modificaciones que han sido gestionadas por los órganos de gobierno correspondientes y finalmente se han comunicado a AQU por los canales establecidos a tal efecto.

El marco normativo nos ha servido para obtener unos resultados muy satisfactorios desde un punto de vista del aprendizaje de los estudiantes, de su satisfacción con la titulación y de su progreso en términos de empleabilidad para el desarrollo de sus carreras profesionales. Estos resultados se comentarán de forma más detallada en el capítulo 6 del autoinforme. De todos modos, avanzamos ya en este apartado que las tasas de rendimiento e indicadores de satisfacción de los estudiantes han obtenido valores cercanos al 100%, lo cual indica un impacto muy positivo como resultado de aplicar las normativas exigidas por las titulaciones universitarias.

Adicionalmente a las normativas aplicables a la titulación, el Centro pone a disposición de todos los grupos de interés las normativas académicas y de funcionamiento que siguen el marco de referencia de la Universidad Pompeu Fabra.

Normativa general y condiciones generales:

<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/admision-y-matriculacion/condiciones-generales>

Normativa de carreras profesionales y prácticas:

<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/servicio-carreras-profesionales-estudiantes>

Normativa del “Programa de Becas Talento”:

<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/becas-y-financiacion/becas-talento-fundacion>

Estas normativas regulan los siguientes aspectos:

- Acceso y de admisión.
- Matrícula.
- Itinerarios formativos.
- Régimen de superación para la obtención del título.
- Prácticas Académicas Externas (PAE).
- Normativa de permanencia.
- Reconocimientos de créditos.
- Emisión de certificados, títulos y duplicados.
- Protección de datos y ley de propiedad intelectual.

Estándar 2: Pertinencia de la información pública

2.1. La institución publica información veraz, completa, actualizada y accesible sobre las características de la titulación y de su desarrollo operativo.

Aplicando los criterios incluidos en la guía de seguimiento de las titulaciones universitarias publicado por AQU, el Centro dispone de un espacio público en la web que incluye información sobre los objetivos de la titulación, el plan de estudios, la Dirección Académica y el profesorado, la metodología, el perfil de los estudiantes, las prácticas externas, las becas y financiación, la admisión y la matriculación, entre otros. Considerando las indicaciones recogidas de los anteriores procesos de acreditación, el centro ha incluido una acción en el plan de mejora a nivel de centro para facilitar el acceso a la información pública en relación con las características de la titulación.

Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa

<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/master-universitario-en-gestion-financiera-y-auditoria-de-la-empresa>

Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa

- Especialidad presencial en Finanzas Corporativas
<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/master-universitario-en-direccion-financiera-y-contable-de-la-empresa-especialidad-en-finanzas-corporativas>
- Especialidad presencial en *International Finance and Accounting*
<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/master-universitario-direccion-financiera-y-contable-de-la-empresa-especialidad-international-finance>
- Especialidad presencial en *Controlling*
<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/master-universitario-en-direccion-financiera-y-contable-de-la-empresa-especialidad-en-controlling>
- Especialidad semipresencial en Finanzas Corporativas
<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/master-universitario-en-direccion-financiera-y-contable-de-la-empresa-especialidad-en-finanzas-corporativas-modalidad-semipresencial>
- Especialidad semipresencial en *Controlling*
<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/master-universitario-en-direccion-financiera-y-contable-de-la-empresa-especialidad-en-controlling-modalidad-semipresencial>
- Especialidad On Line en Finanzas Corporativas
<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/master-universitario-en-direccion-financiera-y-contable-de-la-empresa-especialidad-finanzas-corporativas-online>

- Especialidad On Line en *Controlling*
<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/master-universitario-en-direccion-financiera-y-contable-de-la-empresa-especialidad-en-controlling-online>

Máster Universitario en Marketing

<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/master-universitario-en-marketing>

Máster Universitario en Información Digital

- Máster Universitario en Información Digital (3 especialidades)
<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/master-universitario-en-informacion-digital>
 - Especialidad en UX: Usabilidad, Diseño de Interacción y Experiencia de Usuario.
<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/master-online-en-ux-usabilidad-diseno-de-interaccion-y-experiencia-usuario>
 - Especialidad en Buscadores: Marketing Online, Posicionamiento, *Community Manager* y *Content Curator*
<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/master-universitario-online-en-buscadores>
 - Especialidad en Documentación Digital
<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/master-universitario-online-en-documentacion-digital>

El Centro publica y hace accesible toda la información general sobre [sesiones informativas](#), [admisión y matrícula](#), [condiciones generales](#) del Centro, [becas y financiación](#), [Bienvenido a Barcelona](#), [Servicio de Carreras](#), [Ventajas UPF](#), [Alumni](#) y [Merchandising UPF](#).

Los estudiantes y profesores disponen de un aula virtual ([Aula Global](#)), con acceso a todos los materiales del programa, incluyendo las guías docentes, así como a la información sobre notas, foros, etc. Estas informaciones son de acceso restringido.

Finalmente, la información institucional y los recursos disponibles se encuentran también en el apartado "[Conócenos](#)".

2.2. La institución publica información sobre los resultados académicos y de satisfacción.

Aplicando los criterios incluidos en la guía de seguimiento de las titulaciones universitarias publicado por AQU, el Centro publica los resultados académicos y de satisfacción de cada titulación y puede accederse mediante el siguiente link de la página web del Centro:

<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/compromiso-con-la-calidad/masters-universitarios>

Considerando las indicaciones recogidas de los anteriores procesos de acreditación, el Centro ha incluido una acción en el plan de mejora a nivel de centro para facilitar el acceso a la información pública en relación con los resultados académicos y de satisfacción.

2.3. La institución publica el SGIC en el que se enmarca la titulación y los resultados de seguimiento y acreditación de la titulación.

El Centro cuenta con un espacio específico en la web, bajo el epígrafe “Conócenos”, en el espacio “Compromiso con la Calidad”, donde los diferentes grupos de interés pueden acceder a la Política de Calidad del Centro, a su manual y a los procesos que conforman el Sistema Garantía Interna de la Calidad (SGIC).

<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/compromiso-con-la-calidad>

Este mismo espacio web recoge también los resultados de los indicadores vinculados al seguimiento de la titulación, así como los informes de seguimiento, memorias de verificación, etc.

<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/compromiso-con-la-calidad/masters-universitarios>

Estándar 3: Eficacia del sistema del Sistema de Garantía Interna de la Calidad

3.1 El SGIC implementado tiene procesos que garantizan el diseño, aprobación, el seguimiento y la acreditación de las titulaciones.

El Centro dispone de un Sistema Garantía Interna de la Calidad (SGIC) que ha obtenido una evaluación favorable, tanto por la Comisión de Evaluación Externa como por la propia Comisión Específica de AQU y en sendos procesos de acreditación llevados a cabo durante el curso 2015-2016 y 2016-2017.

La consistencia del SGIC del Centro con el SGIC de la Universidad se consigue gracias al seguimiento y apoyo continuo de la Oficina Técnica de Calidad de la UPF.

El SGIC se ha definido utilizando el programa AUDIT como marco de referencia. Como resultado de este trabajo de conceptualización para el aseguramiento de la calidad se desarrollaron los procesos relacionados con el diseño y aprobación, el seguimiento y mejora, la acreditación y la extinción de las titulaciones, tal y como se detalla a continuación:

- “E1.0 Diseño y aprobación de titulaciones”
- “E1.1 Seguimiento de las titulaciones del Centro”
- “E1.2 Extinción de titulaciones”
- “E1.4 Acreditación de las titulaciones”

<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/es/compromiso-con-la-calidad>

El SGIC dispone de un proceso implementado: “E1.1 Seguimiento de las titulaciones del Centro” que produce como resultado principal el informe de seguimiento que incluye el plan anual de acciones de mejora para cada una de las titulaciones. Los informes de seguimiento responden al conjunto de dimensiones exigidas en el marco VSMA y por el propio Centro, hacen un análisis suficiente de cada dimensión y aportan evidencias que permiten analizar objetivamente el correcto desarrollo de los programas formativos.

Las acciones de mejora implantadas se basan en el análisis de la información y de los resultados recogidos mediante los diferentes instrumentos diseñados a tal efecto.

El SGIC dispone también de un proceso implementado para la acreditación de las titulaciones: “E1.4 Acreditación de las titulaciones”, donde se especifica la constitución del CAI, la configuración de las audiencias y la elaboración de la documentación requerida para el proceso de autoevaluación. En este proceso participan todos los grupos de interés y presenta como resultado principal el autoinforme que finalmente se entrega a AQU para poder proceder con la visita del Comité Externo de Evaluadores.

La aplicación de los diferentes mecanismos del SGIC nos ha permitido obtener unos resultados que consideramos muy satisfactorios. Todas las titulaciones presentadas en las convocatorias de verificación de AQU han sido evaluadas favorablemente por la comisión específica correspondiente.

La aplicación de este marco de referencia nos ha permitido acreditar favorablemente hasta el momento 9 másteres, tres durante el curso 2015-2016 y el resto durante el curso 2016-2017.

Durante el curso 2015-2016:

- Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas.
- Máster Universitario en Políticas Públicas y Sociales.
- Máster Universitario en Abogacía.

Durante el curso 2016-2017:

- Máster Universitario en Banca y Finanzas.
- Máster Universitario en Ciencias Empresariales.
- Máster Universitario en Animación.
- Máster Universitario en Finanzas Corporativas y Banca.
- Máster Universitario en Mercados Financieros.
- Máster Universitario en Negocios Internacionales.

3.2 El SGIC implementado garantiza la recogida de información y de los resultados relevantes para la eficiente gestión de las titulaciones, en especial los resultados de aprendizaje y la satisfacción de los grupos de interés.

El SGIC recoge la información sobre la satisfacción de los diferentes grupos de interés (especialmente de titulados, estudiantes, profesorado y empleadores) en relación con el programa formativo.

Los procesos “E01.1 Medición de la calidad” y “E1.1 Seguimiento de las titulaciones” han garantizado la recogida, para su posterior análisis, de todos los resultados académicos relevantes que sirven como punto de partida para implementar las acciones de mejora continua del Centro.

<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/static/docs/quality/E11-seguimiento-de-las-titulaciones.pdf>

<http://www.barcelonaschoolofmanagement.upf.edu/static/docs/quality/O11-medicion-de-la-calidad.pdf>

Los principales instrumentos para la recogida de información son:

- Los sistemas de información internos, mediante los cuales se elaboran los indicadores de la titulación, con la evolución temporal sobre: rendimiento, abandono, graduación, eficiencia, satisfacción, inserción laboral, etc.
- Expedientes de admisión para analizar los perfiles de los estudiantes (entrada y salida).
- Las pruebas de evaluación a los estudiantes (TFM, ejercicios, exámenes...).
- Las encuestas de satisfacción a los estudiantes, titulados, profesores, así como al personal de administración y servicios.

Los índices de respuesta obtenidos en la aplicación de las encuestas de satisfacción que responden los estudiantes se acercan, habitualmente, a unos valores del 80%. Estas tasas de respuesta superan con creces los valores que habitualmente se obtienen en titulaciones universitarias similares, por lo que genera una gran confianza a la hora de tomar decisiones basadas en los resultados obtenidos.

La valoración de todos los mecanismos de recogida de información es muy satisfactoria ya que nos permite obtener unos datos que son la principal base para analizar detalladamente los diferentes aspectos de la programación y generar los planes de mejora asociados a cada titulación.

En el presente autoinforme se anexa la última versión correspondiente al plan de mejora del Centro y de las titulaciones, fruto del análisis de todos los resultados proporcionados por el SGIC.

3.3 El SGIC implementado se revisa periódicamente y genera un plan de mejora que se utiliza para mejorarlo.

El SGIC dispone de un proceso implementado para llevar a cabo una revisión y adecuación del sistema mediante el proceso "E0.1 Aprobación y revisión anual del sistema interno de garantía de Calidad" que contempla la revisión y mejora del propio sistema de forma periódica. El resultado se concreta en un informe que recoge, entre otros, las modificaciones y acciones de mejora más significativas.

Valoramos muy positivamente la aplicación del E0.1 ya que nos ha permitido adecuar el sistema a los cambios normativos, asegurar su vigencia y mantener la efectividad del SGIC.

El Departamento de Calidad es el órgano responsable de hacer el seguimiento, revisar y proponer cambios, implicando a los diferentes grupos de interés para que sean finalmente aprobados por el equipo de gobierno.

Al igual que se indicaba en el apartado anterior, el plan de mejora del Centro incluye las acciones que se implementarán para responder a las oportunidades de mejora identificadas durante el proceso de revisión del SGIC.

Como resultado del proceso de revisión del SGIC, se han actualizado algunos apartados. En particular, mencionar la actualización del mapa de procesos que se ha reformulado para comprender mejor y poder así mejorar la experiencia del estudiante en las diferentes etapas de un programa cursado en la Barcelona School of Management.

Estándar 4: Adecuación del profesorado al programa formativo

4.1 El profesorado reúne los requisitos del nivel de cualificación académica exigidos por las titulaciones del Centro y tiene suficiente y valorada experiencia docente, investigadora y, en su caso, profesional.

La Barcelona School of Management ha puesto foco en la selección del profesorado, en su excelente cualificación y preparación, así como en la valoración percibida por los estudiantes sobre el claustro para mejorarlo continuamente. El Centro ha trabajado fehacientemente en esta dirección y como muestra de ello destacar los resultados obtenidos en los anteriores procesos de acreditación, dónde los comités de evaluación externos valoraron el estándar de profesorado con una calificación de “se alcanza con calidad”.

El Centro dispone de un claustro docente propio formado por un conjunto de profesores vinculados a los distintos ámbitos (académicos y profesionales) a los que pertenece cada uno de los programas formativos. Esta combinación asegura por un lado la rigurosidad académica e investigadora que identifica a la UPF y, por otro lado, favorece la transmisión de la experiencia real que encontrarán los estudiantes en las empresas e instituciones con las que colaboren a nivel profesional.

La organización del profesorado se basa en las diferentes áreas de especialización con el objetivo de gestionar de forma transversal los diferentes programas, a la vez que ampliar las capacidades del claustro de docentes propios del Centro. Todos los profesores son de reconocido prestigio en el área en que participan tanto por su actividad docente o bien por su contrastada actividad profesional.

Para el curso académico 2017-2018, la **Barcelona School of Management** cuenta con la siguiente estructura docente que se refuerza este curso, como se indica en el plan de mejora de centro, con la incorporación de una **Vicedecana** de profesorado (Dra. Carolina Luis Bassa) para organizar las diferentes áreas de conocimiento.

Core faculty:

- **Profesores de la BSM:** son profesores propios del Centro, en posesión de título de doctor y con una probada experiencia docente e investigadora.
- **Profesores adjuntos de la BSM:** son profesores propios del Centro con suficiente nivel de participación y con requisitos de probada experiencia docente sin ser obligatorio, en esta ocasión, los requerimientos de doctor o nivel de investigación.
- **Profesores afiliados:** son profesores de la UPF, en posesión de título de doctor y con una participación intensa en la BSM.

Colaboradores docentes:

- **Colaboradores docentes:** es un perfil cuya implicación con el Centro es baja en volumen de horas.
- **Conferenciantes:** es un perfil que aporta una visión de la actualidad en ciertos temas de máximo interés y cuya su relación con el Centro es de carácter esporádico.

A su vez, los docentes se organizan por áreas de conocimiento que son lideradas por un tándem académico. Dicho tándem, el cual reporta al decano, está formado por un Consejero Académico del área de conocimiento en cuestión y por un profesor que ejerce de Coordinador de Área. El Coordinador de Área cuenta con experiencia docente y una amplia trayectoria profesional en su ámbito de actuación. Esta combinación garantiza una rigurosidad académica y asegura una rigurosa selección del profesorado que participa en cada titulación.

El tándem académico, juntamente con los directores de las titulaciones, asignan la docencia al profesorado en base a los siguientes criterios de adecuación:

- Adecuación académica: se tiene en cuenta el prestigio y la trayectoria académica, así como los campos de especialización y de investigación.
- Adecuación profesional: se tiene en cuenta la experiencia profesional y la relación de esta con el ámbito de la asignatura correspondiente.

Además, este tándem vela por el desempeño de las asignaturas, el rendimiento académico de las materias, recomendar actividades de formación para los profesores y asesorar para resolver posibles incidencias, si las hubiera.

Las áreas de conocimiento implementadas hasta el momento son las siguientes:

Área	Consejeros Académicos	Coordinador de Área
Contabilidad, Banca y Finanzas	Oriol Amat, PhD Xavier Puig, PhD	Luz Parrondo, PhD
Marketing, RRHH y Habilidades Directivas	Jordi de Falguera, PhD	Carolina Luís Bassa, PhD
General Management, Estrategia y Emprendeduría	Jordi de Falguera, PhD	Susana Domingo, PhD
Logística, Operaciones y TI	Daniel Serra, PhD	Manel Guerris Larruy, Msc
Comunicación	Manel Jiménez, PhD	-
Health Economics	Jaume Puig, PhD	Natalia Pascual, Msc

Adicionalmente a las áreas anteriores se está analizando la creación de nuevas áreas de conocimiento, como Derecho o Ciencias Políticas.

Desde siempre, la adecuación y calidad del profesorado ha sido uno de los puntales del éxito de la formación de la **Barcelona School of Management**, como se demuestra año tras año en las encuestas de valoración de los estudiantes. Mencionar especialmente, que en el curso 2015-2016 un 92% de los estudiantes tanto de Másteres universitarios como de títulos propios, calificó al profesorado en bien o excelente.

La política para asignar el profesorado responsable de todas y cada una de las sesiones, así como del profesorado responsable de la supervisión de los Trabajos de Final de Máster (TFM) y las Prácticas Académicas Externas (PAE) es llevado a cabo por la Dirección Académica de las distintas titulaciones, juntamente con los coordinadores de las áreas de conocimiento de cada asignatura y siguiendo las directrices establecidas previamente por el Departamento de Dirección Académica del Centro.

Los factores que se tienen en cuenta a la hora de seleccionar a los tutores del TFM, preferiblemente doctores, se centran básicamente en su ámbito de especialidad y en sus aptitudes pedagógicas que les han de permitir acompañar a los estudiantes a lo largo del proceso de elaboración del TFM. La totalidad de tutores son profesores y profesionales con amplia experiencia en el ámbito de actuación, aportando así una visión y experiencia doblemente enriquecedora.

En cuanto a los tutores académicos asignados para el seguimiento de las Prácticas Académicas Externas, los factores clave se centran especialmente en la capacidad de escucha, asesoramiento y orientación de los estudiantes. Estos tutores han de ofrecer al estudiante una visión global del conjunto de ámbitos tratados en el programa. También han de poder evaluar la aportación que cada una de las partes ha llevado a cabo a lo largo del proceso.

Por último, y en referencia a los tutores internos de cada una de las empresas y/o instituciones que acogen a nuestros estudiantes en prácticas, la selección la realiza la propia empresa en función de sus propias necesidades. La comunicación con dichos tutores se establece a través del Servicio de Carreras Profesionales del Centro, que facilita la interacción directa, si es necesario, de los Directores Académicos de los programas con los tutores de las empresas.

Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa

El cuerpo docente del Máster en Dirección Financiera y Contable de la Empresa está compuesto por un equilibrio de dos perfiles complementarios de profesores, con el objetivo de que los alumnos puedan adquirir de manera óptima las competencias requeridas en este programa.

En primer lugar se dispone de un núcleo de profesores , con probada experiencia universitaria en instituciones tanto nacionales (Universitat Pompeu Fabra, Universitat de Girona, Universitat Internacional de Catalunya, Universitat Politècnica de Catalunya, etc.) como internacionales (Massey University de Nueva Zelanda, Central Lancashire de UK, Linköping University de Suecia, HEC de París-Francia, Universidad Diego Portales de Chile, ITESM Instituto Tecnológico de Monterrey México, ESAN Perú, etc.).

Producción científica y actividad investigadora

Este hecho permite al profesorado más académico estar activo en temas de investigación y a la última en cuanto a la incorporación de estos contenidos en la impartición de docencia y a los trabajos de final de máster. Destacar que desde 2012 el profesorado cuenta con más de 20 artículos JCR, algunos de ellos de primer nivel (indexados Q1 o Q2 en JCR). Muchos de ellos forman parte del grupo del *Accounting, Management and Education Research Group* liderado por el Codirector del Máster, Oriol Amat. Por citar el más reciente proyecto relevante de investigación recibido, Llorenç Bagur y Jordi Perramon han recibido una ayuda del Ministerio al formar parte del grupo de investigación ECO2016-79659-R, que lleva por título “Eco-innovación y economía circular en el sector servicios” , por la que se conceden ayudas a proyectos de I+D+I correspondientes al programa estatal de investigación, desarrollo e innovación orientada a los retos de la sociedad en el marco del plan estatal de investigación científica y técnica y de innovación 2013-2016, en su convocatoria de 2016.

En segundo lugar, y para completar la formación impartida, el Máster cuenta con la figura de los colaboradores docentes, que son profesionales de reconocido prestigio y amplia experiencia en las áreas de contabilidad y finanzas, que aportan esa visión práctica tan necesaria para adquirir las competencias requeridas y que es altamente valorada por los alumnos en el Máster. Estos colaboradores se ocupan de aquellas sesiones que tocan aspectos muy específicos de la contabilidad y las finanzas que difícilmente podrían ser impartidos por profesores sin experiencia diaria en el tema.

Gracias a la larga trayectoria del Máster (incluidos los años previos a que éste fuese Universitario) se ha podido identificar, contrastar y seleccionar aquellos profesionales de reconocido prestigio y que a su vez tienen una excelente habilidad comunicativa, cosa que facilita al alumno la adquisición de contenidos y competencias de aquellos campos más técnicos. Por citar algunos nombres, destacar a Víctor Vera (Director General de Orange Cataluña y exdirector financiero de la misma compañía), Carlos Vivas (Director de presupuestos del Ayuntamiento de Barcelona), Tomás Casanovas (ex Jefe de Análisis del Riesgo de La Caixa), Joan Anton Ros (ex jefe del departamento de Control de Gestión de Catalunya Caixa) o Fernando Campa (Ex Director de Control y Seguimiento en Iberia y posteriormente Director de Administración y Finanzas en Port Aventura). Todos ellos con más de 20 años de experiencia probada en el sector contable-financiero de la empresa.

Asignación docente

Es la Dirección Académica del Máster junto con la Dirección Académica del Centro (incluyendo los coordinadores del área) los responsables de realizar la asignación académica. En este sentido, se tienen en cuenta los siguientes parámetros:

- a) Tipo de asignatura (genérica o específica que requiere conocimientos de gestión operativa diaria).
- b) Perfil académico/profesional del profesor que ha impartido la asignatura.
- c) Evaluaciones docentes.
- d) En caso de que corresponda, prestigio académico y capacidad investigadora.

Como criterio general, se asignan aquellas materias más genéricas, teóricas o que no requieren un día a día profesional a docentes con un carácter más académico, dejando aquellas asignaturas más aplicadas a docentes profesionales que aportan su experiencia profesional. A modo de ejemplo, algunas materias asignadas a este segundo grupo son de Gestión del Circulante (impartida por Xavier Olsina, con experiencia docente como tesorero de AGBAR o SEAT) o Análisis de Empresas II (que cuenta con la colaboración de Tomás Casanovas, jefe de Análisis de Riesgo de La Caixa, que imparte *Project Finance* o Análisis Cualitativo).

Por lo que se refiere a TFM, es la Dirección Académica del programa quien selecciona tutor en función de la temática del trabajo indicada por los estudiantes y, en una reunión a finales del primer trimestre le asigna los TFM que más se adecuen a su perfil. La asignación de tutor se realiza en función de la trayectoria profesional, los ámbitos de investigación o de trabajo de los tutores. En todos los casos los tutores son profesores del Máster y en la mayoría de casos están en posesión del título de Doctor con la finalidad de garantizar el rigor y la metodología adecuada a los trabajos finales de Máster. Excepcionalmente algún trabajo es tutorizado por un profesor sin título de doctor debido a que el contenido muy específico y el participante requiere apoyo de un profesional contrastado que dedica su día a día a la temática referida en el TFM. En estos casos los directores del programa, doctores en su totalidad, ejercen las tareas de supervisión para garantizar el rigor académico del mismo.

Composición del claustro y horas impartidas

En el Máster presencial imparten docencia 22 profesores distintos, en el semipresencial 19 y en la modalidad online 16. Dichos profesores doctores imparten cerca del 70% de las horas de docencia del programa de acuerdo el RD 420/2015. El % varía en función del grupo y de la modalidad (67% en las versiones presencial y semipresencial y 88% en la online) para más información ver el apartado correspondiente del [portal de evidencias](#). Tanto desde el Centro como desde la Dirección Académica se está incentivando la incorporación de nuevos docentes doctores para superar el 70% en todos los grupos y modalidades dentro del plazo que establece la moratoria.

Profesorado acreditado

Adicionalmente, y en todas las modalidades, entre el 58% y el 64% de los profesores doctores están acreditados. En este sentido, comentar, que tanto desde la Institución como desde la Dirección del Programa se está fomentando y potenciando la formación del profesorado *Core Faculty* del programa en aras de mejorar día a día estos indicadores. Desde el 2014 (fecha de la verificación del programa) tres profesores *Core Faculty* del programa se han doctorado (Ramón Bastida, Santiago Aguilà y Francisco Marín), consiguiendo uno de ellos acreditarse y estando los otros dos en proceso (uno de los dos ya tiene publicaciones JCR). Adicionalmente, en el año académico 2017-2018 empiezan estudios de doctorado dos nuevos profesores que se espera colaboren con el programa en ediciones futuras (Marc Oliveras y Gemma Cid).

Estas acciones, junto con otras medidas que está poniendo en marcha el Centro, demuestra el interés de la Institución por la mejora continua en la cualificación del claustro.

Otro aspecto relevante para destacar es que, en las últimas ediciones, algunos alumnos han solicitado realizar su TFM como trabajo de investigación en aras de matricularse a un programa de Doctorado posterior. Por ejemplo, en el programa 2016-2017 un mínimo de 4 alumnos está tramitando en este momento su posible ingreso en programas de Doctorado para iniciar su carrera académica en 2017-2018. Ello evidencia que este programa profesionalizador tiene un alto rigor académico aportado por sus docentes.

Satisfacción de los estudiantes con el cuerpo docente

De la siguiente tabla podemos concluir que la satisfacción del alumno con las competencias y adecuación de profesorado es alta, independientemente de la modalidad.

Curso 2014-2015

% de alumnos que valoran la calidad del profesorado como excelente o buena	Presencial	Semipresencial	Online
Excelente	75,5%	69,4%	69,4%
Buena	24,5%	30,6%	30,6%
Regular o deficiente	0,0%	0,0%	0,0%

Curso 2015-2016

% de alumnos que valoran la calidad del profesorado como excelente o buena	Presencial	Semipresencial	Online
Excelente	94,1%	94,4%	23,5%
Buena	5,9%	5,6%	76,5%
Regular o deficiente	0,0%	0,0%	0,0%

En el [portal de evidencias](#) puede consultarse más detalle de las encuestas así como los porcentajes de respuesta, que oscilan entre el 90 y el 100% según modalidad y especialidad.

Creemos que los datos y la información aquí presentada demuestran que el equipo de profesores que conforman el claustro de la titulación dispone de la cualificación académica, experiencia investigadora y reconocimiento profesional requeridos y su competencia docente es altamente valorada por los estudiantes.

Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa

El Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa se desarrolla en distintos grupos debido a su alta demanda. Hay 17 profesores doctores, mayoritariamente del *Core Faculty* de la BSM que imparten docencia en los distintos grupos de forma habitual. Muchos de estos profesores forman parte también del grupo de investigación de la UPF “*Accounting, Control, Management and Education Group*”. Cada profesor tiene una asignatura específica a impartir, siendo el contenido de la asignatura aquello especificado en la resolución de 12 de junio de 2012 del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (ICAC), que depende del Ministerio de Economía. Adicionalmente a los profesores doctores, el ICAC especifica en dicha resolución que una parte de las horas del módulo de Auditoría y del módulo de Marcos Normativos de la Información Financiera Aplicables en España sean impartidas por auditores profesionales inscritos en el ROAC. Estos profesionales, independientemente que garanticen el cumplimiento de la normativa, complementan desde su experiencia práctica los contenidos impartidos por el *Core Faculty* de la BSM.

Este apartado, que está vinculado a una de las principales fortalezas de este programa, se puede valorar en cinco apartados distintos:

1. Distribución de horas entre el equipo docente:

La primera fortaleza hace referencia a la distribución de horas entre grupos docentes. En este sentido, para los graduados en el curso 15-16, el grupo de profesores con el título de doctor (17 profesores en total) ha impartido entre el 68% y el 78% del número total de horas lectivas (teniendo en cuenta los distintos grupos), mientras que el grupo de no doctor ha impartido entre el 22% y el 32% de horas docentes. El grupo “no doctor” está formado básicamente por auditores profesionales inscritos en el ROAC. Por lo tanto, creemos que el balance final de horas impartidas entre auditores profesionales (en aquellos módulos donde el ICAC incide en su colaboración dentro del aula) y el resto de horas, impartidas básicamente por profesores doctores, hace que el resultado final sea enriquecedor y excelentemente bien valorado por parte del alumno.

Aunque consideramos que esta distribución es óptima, el objetivo marcado es conseguir que en todos los grupos (tanto presencial como semipresenciales) el 70% de las horas totales sean impartidas por doctores, siguiendo el Real Decreto 420/2015. Como puede observarse en la tabla correspondiente del portal de evidencias, aunque esta cifra se ha superado ampliamente en algunos grupos, en uno de ellos el porcentaje de horas impartidas por profesores doctores ha sido del 68% y en otro ha sido del 69%.

2. Profesores acreditados:

La segunda fortaleza hace referencia al porcentaje de profesores acreditados con respecto al total de profesores doctores que imparten docencia en el programa. Para los graduados en el curso 15-16 dicho porcentaje ha oscilado entre el 71% y el 80% dependiendo del grupo. Este porcentaje, además de cumplir ampliamente con lo dictado por la normativa, hace patente que el grupo de profesores vinculados con el Máster ha pasado por procesos individuales de acreditación a lo largo de su trayectoria académica por parte de AQU y/o ANECA. El número de profesores acreditados da garantías de que las materias y asignaturas están siendo impartidas por académicos con una trayectoria excelente en su ámbito de conocimiento.

3. Producción científica:

La tercera fortaleza hace referencia a la producción científica del profesorado vinculado al programa. En este sentido, desde 2012, momento en que empezó a diseñarse internamente el Máster Universitario, y hasta el momento de la redacción de esta memoria, los profesores del Máster han publicado 51 artículos indexados en *ISI Web of Knowledge*. De estos artículos, 39 han sido publicados en revistas JCR (*Journal Citation Report*) con *Impact Factor*, originando en conjunto más de 100 citas. El detalle de la producción científica puede consultarse en el portal de evidencias.

El número de artículos y citas da evidencia de que el profesorado sigue estando activo en cuanto a investigación y de que sus artículos son aceptados en *peer review journals* con factor de impacto y citados posteriormente por otros académicos activos en investigación.

4. Proyectos de investigación:

La cuarta fortaleza hace referencia a los proyectos de investigación activos donde participan algunos profesores del programa. En este sentido, entre los distintos proyectos competitivos concedidos queremos destacar un proyecto competitivo concedido por la *European Research Council* por importe de 68.600€ (referencia de la concesión: TEC2015-66228-P) a una profesora del Máster asignada a tiempo completo, un proyecto competitivo del Ministerio de Ciencia y Competitividad por importe de 9.600€ (referencia ECO2016-78816-R) a un profesor del Máster como investigador principal, un proyecto competitivo de la Unión Europea (referencia de la concesión: 621052) por importe global concedido de 3.000.000€ (de los cuales 168.017€ destinados a la universidad) a un profesor del Máster como investigador principal y un proyecto competitivo concedido por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad (proyecto ECO2016-79659-R) que va a desarrollarse entre 2017 y 2020, por importe de 33.080€ y a dos profesores del Máster a dedicación completa. Los proyectos de investigación competitivos dan evidencia de que la producción científica del profesorado está siendo valorada por los organismos competentes y garantizan su continuidad futura.

5. Auditores profesionales:

La quinta fortaleza del programa hace referencia al profesorado *“practitioner”*. Como se ha comentado al principio del apartado, el ICAC, que depende del Ministerio de Economía, incide en que una parte de las horas de docencia sean impartidas por auditores profesionales. Este aspecto, aunque impide que el 100% del profesorado sea doctor y acreditado, creemos que ha acabado siendo una fortaleza del programa, ya que este perfil de “profesor-auditor” ha sido especialmente valorado por los participantes. El hecho que los conocimientos científicos sean complementados por auditores profesionales, muchos de ellos trabajando para las principales auditoras a nivel mundial (Deloitte, EY, KPMG, PWC, dependiendo del grupo) ha acabado originando un balance equilibrado muy bien valorado por los alumnos.

A modo de resumen de las tablas publicadas en el portal de evidencias queremos destacar que el Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa cuenta con la participación habitual de 17 profesores doctores, el 71% de los cuales ha superado con éxito la acreditación individual de AQU / ANECA y el 76% de los cuales forma parte del *Core Faculty*. Adicionalmente, este grupo de profesores es apoyado por profesionales auditores, siguiendo la normativa del ICAC, que participan básicamente impartiendo horas en el módulo de auditoría.

En el grupo presencial, un 69% de las horas han sido impartidas por profesores doctores, un 75% de los cuales estaba acreditado. En los grupos semipresenciales, entre un 68% y un 78% de las horas han sido impartidas por profesores doctores, de los cuales estaban acreditados entre un 71% y un 80%.

Las cinco fortalezas son la clave de la excelente satisfacción de los estudiantes con respecto a la adecuación del profesorado y a su competencia docente, y en consecuencia uno de los pilares fundamentales sobre los que se sustenta el éxito del Máster.

La evaluación de los estudiantes sobre el profesorado y los contenidos impartidos para el curso 2015-2016 se resume en la tabla siguiente:

Calidad del profesorado	Presencial	Semipresencial *
Excelente	100,00%	60,00%
Bien	0,00%	40,00%
Regular	0,00%	0,00%
Ns/nc	0,00%	0,00%
Total	100,00%	100,00%
Participación	100%	91,70%

*La modalidad semipresencial se realiza en la mayoría de los casos con matrícula parcial y por tanto en el momento de redacción de este autoinforme habían finalizado el programa todos los grupos. Estos datos son únicamente de los grupos que han finalizado el programa.

Como puede observarse en la tabla anterior, el 100% de los estudiantes han considerado que la calidad de los profesores es buena o excelente.

Asimismo, observando la parte cualitativa de la encuesta, los participantes han destacado como puntos fuertes del programa (traducimos al castellano la respuesta cuando sea necesario) “el profesorado” (en varias ocasiones), “el ambiente y profesorado”, “la dinamización de las clases por parte del profesorado”, “la calidad de los docentes”, las “asignaturas/profesorado”, “excelente profesorado”, “me han gustado mucho los profesores”, la “calidad de los profesores”, “los profesores y las materias” o “me ha encantado la calidad de las materias impartidas y la calidad del profesorado”.

De los puntos anteriores, tanto a nivel académico como de investigación, se deriva la asignación de los tutores del TFM a cada grupo concreto. Durante el primer trimestre del curso académico, la Dirección Académica se reúne con los distintos grupos. En estas reuniones se recogen las propuestas de tema e índice de cada uno de ellos para desarrollar el TFM. La Dirección Académica estudia las propuestas y hace recomendaciones, filtra o pide nuevas propuestas de tema en caso de que ninguno de ellos encaje con las expectativas de TFM.

Una vez superada esta fase, se hace una reunión de claustro con los temas propuestos y los posibles candidatos de tutorización de los trabajos. En función del tema y de la especialidad de cada profesor, ya sea a nivel académico o de investigación, se discute la asignación de trabajos. Una vez asignados los trabajos, cada grupo conoce al tutor asignado y empieza la segunda fase de desarrollo del TFM. Habitualmente, los tutores del TFM son doctores miembros del *Core Faculty* de la BSM. Excepcionalmente, si es un tema profesional muy especializado o práctico, es posible que la Dirección Académica proponga un profesional no doctor. Si esto ocurre, un profesor doctor supervisa que el trabajo cumpla formalmente con las expectativas de un TFM, procurando la homogeneización formal con el resto de grupos.

Por último, queremos destacar que los estudiantes valoran muy positivamente (94,8%) la disponibilidad del profesorado según demuestran las [encuestas de satisfacción](#). El *Core Faculty* está a su disposición para reunirse con ellos en sus despachos o en los espacios reservados para ello.

Los datos y la información aquí presentada demuestran que el equipo de profesores que conforman el claustro de la titulación dispone de la cualificación académica, experiencia investigadora y reconocimiento profesional requeridos y su competencia docente es altamente valorada por los estudiantes y es, sin duda, una de las claves del gran éxito del Máster.

Máster Universitario en Información Digital

El claustro de profesores del Máster en Información Digital está formado por profesores universitarios con una larga trayectoria docente e investigadora y profesionales de reconocido prestigio en las materias del Máster.

Producción científica y actividad investigadora

La inmensa mayoría de los profesores universitarios que participan en el Máster en Información Digital forman parte de grupos de investigación con fuentes de financiación de convocatorias competitivas nacionales o internacionales. Estos profesores son principalmente de la UPF y la Barcelona School of Management pero también de diversas universidades españolas e internacionales puesto que la titulación ha ido ganando a través de los años una amplia red de contactos y colaboraciones.

El Máster en Información Digital cuenta con 26 **profesores doctores** que imparten docencia de forma habitual, implicándose en el 80% de la actividad docente del máster. Un 69% de estos profesores doctores ha superado la acreditación AQU/ANECA.

Algunos de los proyectos de investigación con financiación competitiva donde participan los profesores doctores son los siguientes: Proyecto "Creación y contenido interactivo en la comunicación de información audiovisual: audiencias, diseño, sistemas y formatos" CSO2015-64955-C4-2-R (MINECO/FEDER), Ministerio de Economía y Competitividad (España); Proyecto "Active Audiences and Journalism. Interactivity, Web Integration and Findability of Journalistic Information". CSO2012-39518-C04-02, Ministerio de Economía y Competitividad (España). En el siguiente [documento](#) del portal de evidencias se puede consultar una lista más ampliada.

También cabe destacar que en los últimos 5 años el profesorado del máster ha publicado más de **50 artículos indexados** en JCR.

Los profesores con un marcado perfil profesional que colaboran en el Máster han sido seleccionados por su amplia trayectoria en las materias del programa y por su demostrada capacidad de comunicar a través de blogs, vídeos, conferencias o por tener la experiencia previa en formación.

Algunas de las **empresas** donde trabajan estos profesores son las siguientes: Abanlex, Adrenalina, Arquinauta Consulting, Baratz, BuscoSEO, E-interactive, eDreams, Elisa Interactive, Época-Editora Globo, Fundación Sidar-Acceso Universal, Gea Internet Project Consulting, Grupo Ellas, Grupo Godo, Human Level Communications, InterDigital, Intuit UK, Multiplica, PGRMT, Poliedric, RACC, S21sec, Señor Muñoz Consultores, SEOMsaez, Tesubi Agencia de Marketing Online, Unidad Editorial, Wayra (Telefónica), Ditrendia, HeyZeus, SAGE, Softonic, Tappx.

Composición del equipo de profesores y asignación docente

La Dirección Académica nombra para cada asignatura dos o tres **profesores principales** (coordinador de asignatura) encargados de proponer el plan docente y de redactar los contenidos centrándose en las bases teóricas y las metodologías o procedimientos a aplicar en el desempeño profesional. Estos profesores principales proponen a la Dirección del Máster a profesionales que puedan realizar tareas de profesores colaboradores para complementar la formación en temas específicos por medio de estudios de casos, conferencias online (webinars) o entrevistas. La tarea del profesor principal es asumida por profesores universitarios doctores a tiempo completo y los profesionales colaboran puntualmente como profesores colaboradores. El 76% de los profesores principales son doctores.

El **Trabajo Final de Máster** es supervisado por el coordinador de TFM el cual, propone tutores para el TFM en función de su trayectoria académica y profesional. Se seleccionan aquellos profesores con experiencia profesional y que además estén vinculados a grupos de investigación universitarios. El coordinador del TFM también revisa y propone mejoras en la evaluación y se coordina con la Dirección del Máster y con los profesores para asegurar la coherencia del TFM en relación con los contenidos del máster.

Las Prácticas Académicas Externas son supervisadas por el coordinador de PAE el cual ejerce de tutor académico. En todos los casos el tutor de la PAE es el Director del programa. Una de sus principales funciones es coordinarse con los tutores asignados por las empresas o instituciones para evaluar a los estudiantes teniendo en cuenta su participación y los informes finales de prácticas.

La dirección del Máster en Información Digital, en coordinación con la dirección académica del Centro, selecciona los profesores para las diferentes asignaturas del Máster aplicando criterios de adecuación académica y la trayectoria académica o profesional. Una parte del claustro corresponde a profesores universitarios y otra a profesionales de disciplinas digitales como SEM, SEO, Redes Sociales, Analítica Web o Gestión de Contenidos. Los criterios que se aplican para seleccionar a los profesores universitarios son la trayectoria docente e investigadora y en el caso de los profesionales se tiene en cuenta la experiencia, el prestigio profesional y las habilidades comunicativas.

Cada asignatura tiene dos o tres profesores principales encargados de proponer a la dirección del Máster el plan docente, redactar o registrar en vídeo la mayor parte de los contenidos e impartir entre un 60% y un 70% de la docencia que corresponde a 4 ó 5 créditos del total de 7 que tiene cada asignatura.

Por otra parte, los profesionales aportan la formación más práctica por medio de estudios de caso, conferencias online (*webinars*) o entrevistas. A menudo, la parte impartida por los profesionales se organiza en grupos pequeños y se ofrecen diversas alternativas proporcionando una optatividad que da riqueza y flexibilidad.

Satisfacción de los estudiantes

Esta composición mixta (académicos de elevada experiencia y prestigio junto con los colaboradores docentes de perfil más profesional) es valorada muy positivamente por los estudiantes. En las encuestas de satisfacción del curso 2015-2016 (con una tasa de respuesta situada entre el 20 y el 34% según la especialidad) : [Documentación Digital](#), [Buscadores](#) y [Usabilidad](#), el 100% de los estudiantes valoran la calidad docente entre bien y excelente.

Los datos y la información aquí presentada demuestran que el equipo de profesores que conforman el claustro de la titulación dispone de la cualificación académica, experiencia investigadora y reconocimiento profesional requeridos y su competencia docente es altamente valorada por los estudiantes.

Máster Universitario en Marketing

El equipo docente del Máster Universitario en Marketing está conformado por académicos y profesionales que trabajan en campos de estudio directamente relacionados con la temática de este Máster. El programa dispone de profesores universitarios que tienen un alto grado de implicación por pertenecer muchos de ellos al *Core Faculty* y a la UPF. Estos profesores mantienen una continua actividad en investigación y participación en congresos y seminarios nacionales e internacionales. Así, nuestros profesores han asistido a reconocidos congresos como *XI Workshop on Empirical Research in Financial Accounting, Córdoba, 2015, Management and Behavioral Research Seminars at Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, Spain, 2015*, *37th Annual Congress of the European Accounting Association, Tallinn, Estonia, 2014*, *X Workshop on Empirical Research in Financial Accounting, A Coruña, Spain, 2014*, *European Conference of the Association for Consumer Research (2013)*, *XVII Encuentros de Economía Aplicada Las Palmas de Gran Canaria, 2014*, *XXXX Simposio de Asociación Española de Economía, Girona, 2015*.

Producción científica y actividad investigadora

A nivel de investigación indicar que varios de los profesores del claustro forman parte del *Business Analytics Research Group* así como participan activamente en investigaciones relacionadas con el ámbito del consumidor y su comportamiento. Han publicado en importantes revistas indexadas tales como *International Journal of Research in Marketing*, *Psychological Science*, *Investigaciones Económicas* y *African Journal of Business Management*.

El Máster Universitario en Marketing cuenta también con profesionales en el campo de la empresa y del marketing y con años de experiencia como docentes en programas de máster y posgrados. Estos profesionales trabajan o han trabajado en empresas tales como Coca-Cola, Mattel, HP, así como empresas directamente relacionadas con marketing tales como Idèria Insights, Collaborabrand y OgilvyEarth.

Estos profesores también se mantienen muy activos en sus respectivas especialidades y han participado en eventos como *Mobile World Congress 2014 - 2015 - 2016 - 2'17*, *Think Mobile (por Google) 2016*, *BDigital Congress 2015 – 2016*, *'El futuro del retail?' Foro BBVA, 2017*.

Todos los profesores se involucran directamente con los trabajos de los estudiantes relacionándolos con sus líneas de investigación o especialidad profesional. Así, por ejemplo, en el Trabajo de Fin de Máster, los profesores son seleccionados según su temática de investigación para ser los Mentores de los estudiantes durante todo el año académico.

Estructura docente y organización

En el programa, los docentes se organizan por asignaturas donde un profesor del *Core Faculty* es el coordinador de la misma. En la mayoría de asignaturas los profesores doctores y acreditados ejercen el cargo de coordinador. El coordinador de la asignatura cuenta con experiencia docente y junto con los profesores con una amplia trayectoria profesional en Marketing y Empresa. Esta combinación garantiza una rigurosidad académica y asegura combinación con la vida profesional. Los coordinadores están en continuo contacto con los directores del Máster Universitario en Marketing. Todos los profesores reciben instrucciones de la Dirección del Máster para que enfoquen sus materias tanto de forma teórica como de una forma muy práctica, aplicando todos los conceptos aprendidos en sus trabajos individuales y de Fin de Máster a lo largo de todo el año académico.

Los profesores doctores imparten más del 50% de las horas de docencia (requisito que se marcaba en el momento de verificación del título). Tanto desde el centro como desde la dirección académica se está incentivando la incorporación de nuevos docentes doctores con el objetivo de llegar a cumplir

con el 70% en el plazo establecido por la moratoria que el mismo RD contempla. La previsión es que este porcentaje se irá incrementando año tras año y alcanzará el 70% a partir del curso 2018-2019 y sucesivos. Para el curso 17-18, el equipo de profesores doctores asciende a 15 (9 en el 15-16) y las horas de docencia impartidas por doctores supondrán más del 65%.

Desde 2014 (fecha de la verificación del programa) dos profesores *Core Faculty* del programa se han doctorado (Luz Parrondo y Roger Pagà), estando actualmente en proceso de acreditación. Adicionalmente, uno de los profesores (Manel Guerris) tiene previsto defender su tesis en el curso académico 2017-2018.

Así mismo conviene destacar que en las últimas ediciones algunos alumnos han solicitado realizar su TFM como trabajo de investigación en aras de matricularse a un programa de Doctorado posterior. Este hecho puede suponer una evidencia de que este programa no es solo puesto en valor por los alumnos como programa profesionalizador sino que, cada vez, va siendo más valorado por los alumnos por el rigor académico aportado por sus docentes.

Conviene de igual manera tener muy presente que por la temática claramente vinculada al mundo de la empresa y el claro enfoque profesionalizar que prevalece en el ámbito del marketing, los estudiantes valoran con una elevada satisfacción que exista un amplio equipo de profesores de lo que llamamos perfil profesionalizado ya que les aporta una visión muy cercana del día a día de los departamentos de marketing de las empresas.

Asignación docente

El criterio para asignar a un profesor como coordinador de una asignatura es, en primer lugar, que sea miembro del *Core Faculty* UPF-BSM y/o Doctor. Este profesor queda a cargo de la distribución del contenido y de los temas de la asignatura entre los profesores que considere indicados.

Los Trabajos de Fin de Máster (TFM) son coordinados por profesores doctores. Ellos tienen la visión total del programa y saben cómo canalizar las dudas de los estudiantes en cada etapa del TFM.

Los TFM son de carácter individual y los coordinadores asignan a cada estudiante un profesor que ejerce como mentor. La asignación se realiza en función al tema del TFM y a la especialización del profesor de forma que se asegure al estudiante la asesoría de un experto en la materia.

Para el seguimiento de los TFM, los profesores coordinadores revisan periódicamente los avances de los proyectos a través de presentaciones denominadas "Puestas en común", en las cuales los estudiantes presentan sus avances ante los profesores y compañeros y reciben un *feedback* de ambas partes.

En cuanto a las prácticas profesionales, se asigna al estudiante un Tutor perteneciente a la empresa quién lo supervisa a lo largo de la práctica.

Satisfacción de los estudiantes

La evaluación de los estudiantes sobre la calidad del equipo de profesores ha ido claramente en aumento, siendo para el año curso 2016-2017 (tasa de respuesta del 81%) altamente satisfactoria. El 100% de los alumnos indican que la calidad del profesorado es excelente (49%) o bien (51%). Para más información véase el apartado 6.2.

Así pues, los datos y la información aquí presentada demuestran que el equipo de profesores que conforman el claustro de la titulación dispone de la cualificación académica, experiencia investigadora y reconocimiento profesional requeridos y su competencia docente es altamente valorada por los estudiantes.

4.2 El profesorado del Centro es suficiente y dispone de la dedicación adecuada para desarrollar sus funciones y atender a los estudiantes.

Para valorar si el volumen y la dedicación del profesorado es suficiente, la Dirección Académica del Centro se basa en el Real Decreto 420/2015, artículo 7, en referencia al personal docente e investigador. En el apartado 2 del artículo se especifica que “el número total de miembros del personal docente e investigador en cada universidad no podrá ser inferior al que resulte de aplicar la relación 1/25 respecto al número total de alumnos matriculados en enseñanzas universitarias de carácter oficial. Esta ratio se entenderá referida a personal docente e investigador computado en régimen de dedicación a tiempo completo o su equivalente a tiempo parcial. La ratio podrá modularse cuando la universidad imparta enseñanzas en la modalidad no presencial, pudiendo oscilar entre 1/50 y 1/100 en función del nivel de experimentalidad de las titulaciones y de la mayor o menor semipresencialidad”.

A este efecto queremos remarcar que todas las titulaciones que se presentan a acreditación cumplen sobradamente con la ratio establecida como se observa en las secciones correspondientes.

Cada programa especifica en su memoria la dedicación del profesorado según las distintas actividades docentes previstas: clases magistrales, seminarios, tutorías, etc.

La Dirección Académica del programa hace seguimiento del progreso de la calidad académica de la titulación y asegura que el profesorado del programa tenga el máximo apoyo para poder desarrollar sus funciones dentro y fuera del aula: impartición de las sesiones, evaluación de trabajos, atención a consultas, etc.

El número de docentes para cada titulación varía en función del ámbito, pero podemos decir que la media se encuentra alrededor de los 25 profesores por programa.

El tamaño de los grupos de estudiantes también oscila entre los 20/35 estudiantes. En las pocas ocasiones en que hay asignaturas con un grupo más numeroso, varias de las sesiones se desdoblán en dos o tres grupos con el objetivo de ofrecer una atención más personalizada a los estudiantes y cumpliendo con las ratios de dedicación del profesorado.

Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa

En el Máster Universitario en Dirección Financiera, tal y como se ha descrito en el apartado 4.1, el profesorado está compuesto por dos grupos claramente diferenciados: un primer grupo de profesores doctores con amplia experiencia docente y un segundo grupo, procedentes del mundo profesional con amplia y contrastada experiencia y excelentes habilidades comunicativas.

Como se puede observar en las tablas del portal de evidencia, para la modalidad presencial, teniendo en cuenta los graduados 2015, la relación PDI/alumno (media entre las dos especialidades) se sitúa en un 24,3, por debajo de la proporción 1/25 que marca la normativa. En el caso de los grupos en modalidad semipresencial, la proporción PDI/alumno ha oscilado entre 41,3 y 69,3 (55,3 de media) situándose en valores idóneos con respecto a los que establece el Real Decreto (que establece los límites entre 1/50 y 1/100). En lo que se refiere a online, claramente el profesorado es suficiente para situarse la ratio en valores muy inferiores al máximo legal de 1/100.

La Dirección Académica considera, teniendo en cuenta la relación establecida en el Real Decreto, que el profesorado es suficiente para el número de alumnos por grupo.

Apuntar adicionalmente que de las encuestas de satisfacción de los alumnos se concluye que efectivamente el profesorado es suficiente. Aportar como evidencia que el 100% de los alumnos han considerado, en las 2 ediciones evaluadas, la disponibilidad global del profesorado como “Bueno” o “Excelente”.

Es importante comentar que la Dirección Académica del curso tiene en todo momento abierta una vía de comunicación con todos los alumnos para canalizar inquietudes o necesidades. Adicionalmente, el director del curso mantiene conversaciones permanentes con el delegado de curso y los profesores de las diferentes asignaturas con el objetivo de garantizar una relación fluida entre alumno y docente, buscando la proximidad y disponibilidad máxima que garantizan un buen funcionamiento del curso o una rápida capacidad de reacción ante problemas o necesidades.

Gracias a este sistema de trabajo se han detectado e implantado sustanciales mejoras en el programa. Por citar la última, decir que en la asignatura “herramientas informáticas para el *controlling*” que se desarrolla en sala informática, tanto alumnos como profesorado coincidieron en que, para un mejor aprovechamiento de la materia, sería mejor desdoblar y trabajar en grupos reducidos. Esta mejora se introdujo con la máxima celeridad y ya en la segunda sesión de las 4 de la materia se había implantado.

En lo referente a los tutores del Trabajo Fin de Máster (TFM), donde la disponibilidad y dedicación es más relevante, el amplio abanico de profesores doctores facilita la asignación de trabajos al personal docente e investigador adecuado.

Tal y como se ha comentado en el apartado 4.1, el tutor del trabajo es asignado por la Dirección Académica en función de la temática seleccionada y preferentemente a profesores en posesión del título de Doctor. El objetivo es asegurar el rigor académico de los trabajos. El responsable o coordinador de TFM, siempre un doctor, se asegura mediante el contacto directo con tutores y alumnos del buen funcionamiento de la relación entre ambos, así como de dotar de recursos materiales necesarios al tutor/alumno (salas, acceso a BBDD, etc.). Destacar en este apartado que el alumnado, en sus encuestas, considera el TFM globalmente como bueno o excelente en un 97.5% de los casos y la disponibilidad del tutor como buena o excelente en un 98.25%. Estos indicadores demuestran que el profesorado/tutor es altamente accesible y muy bien valorado por el estudiante.

Valoración el TFM (tasa de respuesta >90% según especialidad)	Globalmente	Ha cumplido las expectativas	Disponibilidad del tutor
Excelente	70,00%	63,75%	83,75%
Bien	27,50%	36,25%	15,00%
Regular	2,50%	0,00%	1,25%
Deficiente	0,00%	0,00%	0,00%

En lo que se refiere a prácticas académicas, el programa está dotado de un sistema de doble tutorización: tutor interno (Dirección Académica del curso) y tutor externo (asignado por la empresa en la que el alumno desarrolla sus prácticas y encargado del seguimiento del día a día y aprendizaje del alumno). El tutor interno tiene abierto un canal de contacto permanente con el alumno para detectar posibles inquietudes relacionadas con las prácticas. Este hecho permite una rápida reacción en caso de necesidad. Finalmente, comentar que tanto tutor externo como alumno, realizan un informe final de evaluación de las prácticas, hecho que permite, junto con el citado seguimiento continuo por parte del tutor interno, detectar las empresas más idóneas donde realizar prácticas (este hecho es relevante debido al elevado índice de fidelidad de las empresas en cuanto a solicitar alumnos de nuestro programa).

En la valoración que se pide a los alumnos sobre las prácticas realizadas el promedio de valoración sobre los tutores de empresas es de un 8,5 sobre 10.

A modo de resumen, recordar que para todas las modalidades la satisfacción con el profesorado (que incluye ítems como competencia del profesor y dominio de contenidos, disponibilidad o claridad comunicativa) es elevadísima, valorando el 100% de los alumnos al profesorado como bueno o excelente. Ver los diferentes documentos en el portal de evidencias.

Por todos los datos y la información aquí presentada se demuestra que la plantilla de profesores es suficiente y su dedicación y atención a los estudiantes es altamente valorada por el alumnado.

Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa

El Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa cuenta con la participación habitual de 17 profesores doctores miembros del *Core Faculty* y profesionales auditores, siguiendo la normativa del ICAC, que participan básicamente impartiendo horas en el módulo de auditoría.

El alto volumen de profesores viene determinado por la demanda que tiene este Máster universitario. Los miembros del *Core Faculty* participan transversalmente en todos los grupos en los que se organizan a los estudiantes.

Para la modalidad presencial, y tal y como se puede observar en la tabla correspondiente del portal de evidencias, la relación alumno/PDI equivalente a tiempo completo ha sido de 10,0 en el caso del Máster presencial, muy por debajo de la proporción 1/25 que marca la normativa. En el caso de los grupos en modalidad semipresencial, la proporción alumno/PDI ha oscilado entre 28,4 y 47,3, por debajo también de la relación más restrictiva del Real Decreto, que establece los límites entre 1/50 y 1/100 en función de la mayor o menor semipresencialidad.

Por lo tanto, a nivel normativo, la estructura de profesorado se considera muy adecuada para impartir y atender satisfactoriamente a los estudiantes.

Así, entre los comentarios en la encuesta final de evaluación destacan puntos como “la cercanía (del profesorado)”, el “servicio”, la “profesionalidad”, la “proximidad del profesorado” o “la facilidad de acceso a los profesores por parte del alumnado”.

A luz de las encuestas de los estudiantes sobre los TFM se evidencia la satisfacción de los estudiantes. Así, en el 15-16 un 100% de los estudiantes de la modalidad presencial calificaron la disponibilidad del tutor como excelente. El 98% de los estudiantes de la versión semipresencial lo calificaron como excelente o bien.

Creemos pues, que los datos y la información aquí presentada demuestran que la plantilla de profesores es suficiente y su dedicación y atención a los estudiantes es altamente valorada por el alumnado.

Máster Universitario en Información Digital

Como se ha comentado en diversos apartados de este autoinforme, el Máster Universitario en Información Digital se imparte 100% online.

Con el fin de obtener la proporción de **PDI/estudiantes** en un contexto de formación no presencial se ha calculado a partir del tiempo de contacto directo del profesor con los estudiantes mientras se desarrolla el periodo de docencia establecido para cada asignatura.

En el Máster en Información Digital, el **contacto directo** entre profesor y estudiantes se desarrolla con las siguientes actividades formativas: moderación de los foros de debate, respuesta de consultas sobre los contenidos, *webinars* en directo, vídeos de presentación de los foros y de explicaciones sobre aspectos concretos de los contenidos. En este cómputo no se incluye el tiempo de dedicación del profesorado que no implica un contacto directo, como, por ejemplo: la preparación de los materiales didácticos, su actualización, el planteamiento y redactado de actividades de aprendizaje, la evaluación y el redactado de los comentarios de esta evaluación. Tampoco se incluye el tiempo de contacto directo del tutor pedagógico con los estudiantes con la finalidad de orientarlos en su proceso de aprendizaje. En la siguiente tabla se puede ver la proporción PDI/Estudiantes en función de cada una de las tres especialidades. En todos los casos está por debajo del 1/25, proporción recomendada para la formación presencial y muy por debajo de la proporción para la formación no presencial o semipresencial. En el portal de evidencias se pueden ver los detalles del cálculo realizado.

Especialidad	Horas de docencia*	Número de estudiantes**	PDI/Estudiante
Especialidad Documentación Digital	471,5	40,2	1/20
Especialidad Buscadores	479,2	42,5	1/21
Especialidad Experiencia de Usuario	521,9	50,4	1/23

* Calculado en función del tiempo de contacto directo del profesor con los estudiantes

** Promedio de todas las asignaturas

Así pues, el claustro de profesores es muy adecuado para poder impartir y atender a los estudiantes, cumpliendo sobradamente el requisito establecido. A nivel global de la titulación la ratio sería de 1/31 tal y como se muestra en las evidencias aportadas en el portal.

Por último, queremos destacar que el esfuerzo del centro y el claustro para atender adecuadamente a los estudiantes presenta unos resultados muy positivos en las encuestas de los participantes. Así más del 80% de los estudiantes del curso 2016-2017 afirman que la disponibilidad de los tutores como excelente o bien. Este mismo dato sube al 100% en el caso de la disponibilidad de los profesores.

En relación con el TFM el 73% de los estudiantes valoran como excelente o bien la dedicación del tutor.

Así pues, los datos y la información aquí presentada demuestran que la plantilla de profesores es suficiente y su dedicación y atención a los estudiantes es altamente valorada por el alumnado.

Máster Universitario en Marketing

El número de docentes a lo largo de las diferentes ediciones ha oscilado alrededor de los 20/22 profesores.

El tamaño del grupo ha oscilado entre los 35 y 40 estudiantes, habiendo alcanzado una cifra máxima de 42 participantes en el curso 2016-2017. Cuando los grupos han sido mayores de 25 personas, en algunas actividades se han desdoblado las sesiones en dos grupos paralelos atendidos por dos profesores. Este es el caso de las puestas en común de los Trabajos de Fin de Máster que requieren una atención individual a las presentaciones de los avances de los proyectos.

Así la ratio de PDI equivalente a tiempo completo para la titulación se encuentra en 17,5 estudiantes por profesor, dentro de los criterios establecidos en el RD (1/25).

Los estudiantes valoran muy positivamente la disponibilidad del profesorado a través de las encuestas. Así, en la última edición 2016-2017 (tasa de participación del 81%) los resultados correspondientes a la “disponibilidad” de los mismos alcanzaron el 100% entre bien (46%) y excelente (54%). En cuanto a la tutorización de los TFM, los alumnos también mostraron un alto nivel de satisfacción en cuanto a la disponibilidad de los tutores. El 97% de los alumnos valoraron como excelente (78%) o buena (19%), tanto la “facilidad de contacto” como la “disposición a atender” por parte de los tutores.

Creemos pues que los datos y la información aquí presentada demuestran que la plantilla de profesores es suficiente y su dedicación y atención a los estudiantes es altamente valorada por el alumnado.

4.3 La institución ofrece apoyo y oportunidades para mejorar la calidad de la actividad docente del profesorado

La Dirección Académica del Centro, a través del equipo de Innovación Docente, define los estándares pedagógicos aplicables a cada uno de los diferentes programas. Este equipo asesora sobre el uso del aula virtual como soporte a la docencia y sobre el uso de nuevas tecnologías para el desarrollo de la actividad formativa. El Centro cuenta con recursos técnicos que pone a disposición del profesorado, como por ejemplo el Innolab, laboratorio para la innovación docente.



Cada programa cuenta con los recursos asignados para la participación del claustro en actividades formativas que contribuyan a su desarrollo profesional (congresos, etc.).

Además, la UPF a través del CLIK (Center for Learning Innovation and Knowledge), proporciona trimestralmente una oferta de talleres y cursos dirigidos al cuerpo docente sobre diversas temáticas como el uso de nuevas tecnologías en la docencia, nuevas tendencias en formación, aprovechamiento de recursos en red, seguimiento efectivo de estudiantes, etc. El CLIK también apoya las acciones a medida de formación surgidas a partir de una necesidad o de una propuesta de mejora de la calidad docente que cubren demandas de un determinado centro o departamento y que pueden ser de interés para otros, de manera que las pueden incorporar dentro de su oferta trimestral.

El cuerpo de docente de las titulaciones objeto de acreditación han realizado más de 340 horas de formación con el CLIK. En el siguiente [documento](#) se puede consultar el detalle

En los últimos años y a raíz de la proliferación del uso de nuevas metodologías docentes, directores y profesores de diversos programas han recibido sesiones internas sobre nuevas tendencias metodológicas, Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) o Aprendizaje Basado en Proyectos, *flipped learning*, uso de videoclases en modalidades presenciales, etc.

Igualmente, se les ha ofrecido formación en relación con el uso de la plataforma ecampus a través de los servicios técnicos del Centro, considerando que de este modo se facilita una interacción más estrecha con los estudiantes por las posibilidades de comunicación directa que ofrece la misma.

Con el objetivo de identificar oportunidades para mejorar el apoyo al cuerpo docente se llevan a cabo encuestas de satisfacción al profesorado. A continuación, se detallan los resultados de la última edición.

Las encuestas de satisfacción del profesorado en lo que se refiere al Centro y a la organización de la docencia muestran unos resultados positivos. Los profesores se muestran satisfechos con el programa, el Centro y la organización de la docencia. Prueba de esto es que la valoración global se sitúa en el 98,6% entre bien y excelente.

El apoyo institucional recibido ha sido valorado entre excelente y bien por un 95,3% del profesorado. Del mismo modo, el 90,9% de los profesores expresa que las directrices dadas han sido suficientes para impartir la materia correctamente.

En cuanto a la organización docente y a los aspectos metodológicos de las asignaturas, el 84,8% del profesorado ha expresado que el número y la duración de las sesiones ha sido el adecuado, valorándolos entre bien y excelente.

De media, el 89,4% de los profesores han valorado entre excelente y bien el *feedback* recibido sobre su trabajo y también el 82,4% ha manifestado que han tenido la oportunidad de facilitar su propio *feedback*; los comentarios recibidos han sido útiles para mejorar el funcionamiento de cada una de las titulaciones de cara a los siguientes cursos.

Aprobado por el Centro

Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa

Como se ha indicado anteriormente, desde la institución y desde la Dirección Académica del Máster se impulsa la participación del profesorado en proyectos de mejora docente e investigadora, incentivándoles y facilitándoles su inscripción y participación en actividades de formación de formadores que organiza la universidad, en congresos nacionales e internacionales y a que realicen estancias docentes o investigadoras en universidades o centros de investigación de prestigio internacional.

Como podrá observarse a continuación, los profesores del Máster han asistido a cursos, congresos, actividades formativas y han realizado estancias en universidades extranjeras para formarse tanto desde el ámbito de la docencia como de la investigación.

Creemos que este es uno de los puntos fuertes del programa, puesto que la presencia del profesorado en este tipo de actividades desde la puesta en funcionamiento del Máster ha sido muy alta. De este modo, se ha asegurado que el equipo de profesores está comprometido con la mejora continua de su actividad docente e investigadora y que está en contacto constante con el estado del arte de las asignaturas dentro de su ámbito de especialización.

A continuación, se detallan las actividades del profesorado clasificándolas entre congresos, cursos y estancias docentes o investigadoras en universidades o centros de investigación de prestigio internacional.

El Centro incide en la participación del claustro de profesores en congresos nacionales e internacionales. Se observan dichos congresos como una oportunidad única para estar en contacto con el estado del arte de la cuestión, así como para observar las tendencias de las distintas materias y para mantener el contacto con colegas de otras instituciones.

En el portal de evidencias se ha publicado un documento con la recopilación de congresos relacionados con su ámbito docente y de investigación de los profesores del programa:

En lo que se refiere a cursos que han seguido los profesores del Máster para mejorar sus habilidades docentes o investigadoras destacan “La Flipped Classroom a l'ensenyament universitari. Capgira la teva classe!” del CLIK Centre per a la Innovació en Aprenentatge i Coneixement de la Universitat Pompeu Fabra, cursos de actualización de Moodle, PICK UP IDEES VI: Aprenentatge Basat en Problemes (ABP) organizado por la Universitat Pompeu Fabra, Tecnocampus y la Barcelona School of Management. Algunos profesores también han realizado estancias de investigación o docentes en el extranjero en universidades europeas (Universidad de Lieja) o Universidades Latinoamericanas de países como Argentina, Chile, México o Perú (Universidad Diego Portales de Chile, ITESM Instituto Tecnológico de Monterrey México, ESAN Perú).

El Centro también da facilidades al *Core Faculty* para mejorar otros idiomas (inglés principalmente).

Como se ha comentado anteriormente en el apartado 1.4 los profesores se muestran altamente satisfechos con el apoyo recibido por la institución. Como puede observarse las encuestas (presencial, semipresencial y online) el personal docente está altamente satisfecho con el apoyo institucional recibido para el desarrollo de la actividad docente siendo en todos los casos el porcentaje de excelente y bien superior al 85%.

Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa

Como se ha indicado anteriormente, desde la institución y desde la Dirección Académica del Máster se impulsa la participación del profesorado en proyectos de mejora docente e investigadora, incentivándoles y facilitándoles su inscripción y participación en actividades de formación de formadores que organiza la universidad, en congresos nacionales e internacionales y a que realicen estancias docentes o investigadoras en universidades o centros de investigación de prestigio internacional.

Dada la naturaleza profesional de los docentes del Máster, es vital permanecer en contacto con la realidad profesional y estar constantemente al día de cualquier acontecimiento relacionado con la materia que imparten en clase es la base de su trabajo.

Los profesores del Máster han asistido a cursos, congresos, actividades formativas y han realizado estancias en universidades extranjeras para formarse tanto desde el ámbito de la docencia como de la investigación. Este hecho es uno de los puntos fuertes del programa, puesto que la presencia del profesorado en este tipo de actividades se ha producido desde el principio. De este modo, se asegura que el equipo de profesores está comprometido con la mejora continua de su actividad docente e investigadora y que está en contacto constante con el estado del arte de las asignaturas dentro de su ámbito de especialización.

En el portal de evidencias se ha publicado un [documento](#) donde se detallan las actividades del profesorado clasificándolas entre congresos, cursos y estancias docentes o investigadoras en universidades o centros de investigación de prestigio internacional.

Tanto la Dirección del Centro como la Dirección Académica de la titulación están muy satisfechos sobre las actividades y la implicación del profesorado por la actualización de su formación.

En la última [encuesta](#) realizada a los profesores del Máster y con una tasa de participación del 96,6 %, el 64,3% afirman que el apoyo de la institución es excelente, un 32,1% la considera buena y un 3,6% respondió en blanco.

Máster Universitario en Información Digital

La formación constante del profesorado es un factor crítico para alcanzar la excelencia en la actividad docente e investigadora. Desde la Dirección de la BSM y desde la Dirección Académica del máster en Información Digital se ofrece el apoyo y los estímulos necesarios para que se materialice de forma habitual esta formación permanente en tres ámbitos principales: participación en congresos, participación en cursos para mejorar las habilidades docentes y de investigación y las estancias en universidades extranjeras de reconocido prestigio.

Entre los años 2012 y 2017 los profesores del Máster en Información Digital han participado en diversos congresos presentando ponencias sobre la docencia y la investigación de su especialidad.

En el portal de evidencias se ha publicado un [documento](#) en el que se detallan las actividades de formación, congresos y estancias en universidades extranjeras.

Tanto la Dirección del Centro como la Dirección Académica de la titulación están muy satisfechos con las actividades y la implicación del profesorado por la actualización de su formación. De igual manera los profesores, en la última [encuesta realizada](#) (tasa de participación del 51,2 %) afirman que el apoyo de la institución es excelente en un 66,7% y un 19% la consideraba buena.

Máster Universitario en Marketing

Como se ha indicado anteriormente, desde la institución y desde la Dirección Académica del Máster se impulsa la participación del profesorado en proyectos de mejora docente e investigadora, incentivándoles y facilitándoles su inscripción y participación en actividades de formación de formadores que organiza la universidad, en congresos nacionales e internacionales y a que realicen estancias docentes o investigadoras en universidades o centros de investigación de prestigio internacional.

Como podrá observarse a continuación, los profesores del Máster han asistido a cursos, congresos, actividades formativas, y han realizado visitas a universidades locales y extranjeras para formarse tanto desde el ámbito de la docencia como de la investigación.

Creemos que este es uno de los puntos fuertes del programa, puesto que la presencia del profesorado en este tipo de actividades desde la puesta en funcionamiento del Máster ha sido muy alta. De este modo, se ha asegurado que el equipo de profesores esté comprometido con la mejora continua de su actividad docente e investigadora y que esté en contacto constante con el estado del arte de las asignaturas dentro de su ámbito de especialización.

Con respecto a los congresos, decir que desde la institución se incide en la participación del claustro de profesores a congresos nacionales e internacionales. Se observan dichos congresos como una oportunidad única para estar en contacto con las investigaciones más recientes en sus áreas de especialización, así como para observar las tendencias de las distintas materias y para mantener el contacto con colegas de otras instituciones.

En los últimos 4 años (2014-2017) los profesores del Máster Universitario en Marketing han participado en diversos congresos presentando ponencias sobre la docencia y la investigación de su especialidad. En el [documento](#) publicado en el portal de evidencias se recogen las actividades realizadas por los profesores a este respecto.

Por último, indicar que en la [encuesta](#) realizada a los profesores del Máster (52% de participación) un 74,2% de los profesores afirmaban que el apoyo recibido por la institución en el desarrollo de su actividad docente era excelente (38,9%) o bien (44,4%).

Estándar 5: Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje

5.1. Los servicios de orientación académica soportan adecuadamente el proceso de aprendizaje y los de orientación profesional facilitan la incorporación al mercado laboral

Este estándar, correspondiente a la eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje, ha sido evaluado con una calificación de “se alcanza con calidad” en la mayoría de las titulaciones acreditadas durante los cursos 2015-2016 y 2016-2017.

Servicios de Orientación Académica: El plan de Acción Tutorial (PAT)

El Centro pone a disposición de los estudiantes, los servicios de orientación académica y de orientación profesional para ofrecer una experiencia formativa profesionalizadora y de alta calidad.

En primer lugar, nos gustaría destacar la efectividad de los planes de acción tutorial correspondientes a las titulaciones objeto de acreditación, donde los indicadores de rendimiento académico alcanzan unos resultados cercanos al 100% en cada una de ellas.

En el ámbito de la orientación académica y profesional, el estudiante es acogido de forma personalizada desde la primera fase de contacto con la institución a través de los servicios de Información y *Welcome*, Admisiones, Gestión Académica y Operativa de los programas, los servicios de Prácticas Externas y de Carreras Profesionales.

Una vez cursado el programa formativo, los estudiantes pasan a formar parte de la red de antiguos estudiantes mediante el programa de *Alumni*.



Movilidad Internacional y “Welcome service”:

El Centro dispone del servicio de Bienvenida “Welcome” para atender las necesidades de los estudiantes y a quienes se les proporciona el “*International Student Handbook*”, un manual concebido para ayudar a preparar y regular la estancia en Barcelona dirigido en particular a estudiantes internacionales.

De forma más concreta y para llevar a cabo el seguimiento personalizado en el marco del plan de acción tutorial de los estudiantes, la Dirección de la titulación hace seguimiento del progreso de la formación académica de cada estudiante a través de una evaluación continua, que tiene en cuenta la participación en las clases o en el aula virtual, además de la asistencia y las notas de las pruebas.

En cuanto al seguimiento del progreso académico de los estudiantes, el **Plan de Acción Tutorial (PAT)** tiene como ejes principales de actuación: las tutorías del programa de Prácticas Académicas Externas (PAE), las tutorías del Trabajo Final de Máster (TFM) y el seguimiento personalizado que lleva a cabo tanto la Dirección Académica como cada profesor que conforma el cuerpo docente de la titulación:

- **Tutoría para las Prácticas Académicas Externas (PAE)**

En el marco de esta asignatura el estudiante dispone de un tutor de prácticas interno y de un tutor externo de la empresa que hace seguimiento de su evolución; además, con ellos se llevan a cabo tutorías periódicas de seguimiento. También desde el Servicio de Carreras Profesionales el estudiante dispone de una persona de referencia para resolver las dudas que pudiera tener durante todo el proceso.

- **Tutoría para el trabajo fin de Máster (TFM)**

La acción tutorial en esta asignatura tiene por objetivo asesorar al estudiante en la elección del tema de estudio y asegurar un correcto desarrollo y orientación del trabajo durante todo el proceso. Cada estudiante dispone de un tutor que lo orienta y le hace seguimiento a lo largo de cada una de las fases de realización del mismo. Para ello se prevé un régimen de tutorías en que el estudiante resuelve sus dudas. Las tutorías se llevan a cabo mediante reuniones presenciales o bien a través del correo electrónico y el número de las mismas se especifica para cada una de las titulaciones.

El tutor se determina al inicio de curso y acompaña al estudiante durante todo el proceso. La función del tutor se centra en la orientación del estudiante en la búsqueda de documentación, de bibliografía, la orientación sobre la planificación y la investigación, la estructura del trabajo, la gestión del tiempo y la revisión del proceso seguido.

Cabe destacar que el estudiante también dispone de una Guía de Elaboración del Trabajo de Fin de Máster que se le facilita al inicio del curso.

- **Tutoría docente por parte del profesorado**

Además de llevar a cabo las sesiones de docencia, el profesorado está disponible para atender las consultas de los estudiantes.

En el marco de la titulación se planifican sesiones periódicas con los estudiantes de manera personalizada o en grupo, ya sea para resolver dudas, comentar los trabajos o bien para hacer un seguimiento de su evolución en el Máster. Las tutorías se pueden desarrollar presencialmente o a distancia mediante medios telemáticos (videoconferencia, *email...*). Esta tutorización tiene como objetivo garantizar un aprendizaje adecuado por parte del alumnado de los contenidos de cada asignatura, así como para ofrecerle asesoramiento en el desarrollo de los trabajos.

▪ **Tutoría de seguimiento personalizado del estudiante por parte de la Dirección Académica**

La figura del coordinador académico o de un codirector que destine su esfuerzo al seguimiento de los estudiantes facilita completamente este seguimiento. Los estudiantes pueden acudir en cualquier momento y siempre encuentran respuesta. Los estudiantes agradecen el apoyo continuado de un miembro del equipo de la Dirección, sobre todo cuando hablamos de estudiantes jóvenes con perfil internacional. En las titulaciones que disponen de asignaturas optativas, es a través de este tipo de tutorías que el es asesorado sobre qué asignaturas se adecúan más a su perfil e intereses.

Por último, comentar que los estudiantes de las titulaciones reciben al principio de curso información relativa al funcionamiento del programa (calendario de clases, sistema de evaluación, Trabajo Final de Máster, prácticas profesionales, etc. ...). Además, se les hace entrega de una Guía para el estudiante donde se incluye toda esta información. También se les informa y se fomenta el uso de los medios digitales de apoyo al aprendizaje como por ejemplo el ecampus. El campus virtual juega un papel clave en el desarrollo de la formación debido a que es el espacio donde se centralizan los calendarios, los materiales didácticos, los contenidos y las actividades de evaluación de las distintas asignaturas. El ecampus también se utiliza como medio de comunicación telemática con los estudiantes.

Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa

La orientación académica en el Máster en Dirección Financiera y Contable de la Empresa es un proceso clave para que el alumno tenga claro los pasos a seguir para desarrollar el curso con total normalidad. Y sus resultados positivos se confirman en los excelentes resultados de tasas de graduación (más información en apartado 6.3).

La dirección académica del programa y del centro dan mucha importancia a este aspecto y es por eso por lo que desde el momento en que el alumno se matricula ponemos a su disposición todas las herramientas necesarias para orientarlo correctamente y pueda centrarse en adquirir las competencias previstas del programa.

Así pues, durante la presentación del programa que se realiza al comienzo del año lectivo el alumno es informado, a través de las guías docentes, sobre diferentes aspectos de índole académico como: funcionamiento de las clases, metodología, TFM, evaluaciones, trabajos a presentar etc., y también se le informa a través de la Guía del alumno. Además, para cada asignatura se proporciona una guía docente en la que se establecen todos aquellos aspectos clave para el desarrollo del curso: objetivos, contenidos mínimos a adquirir, estructura y evaluación.

Por otra parte, en paralelo a la Dirección Académica los alumnos tienen siempre a su disposición un gestor operativo del programa que les avanza toda la información necesaria en el Aula virtual del alumno, disponible anteriormente al inicio del curso; éste es un espacio interactivo en el que el alumno encontrará todo lo que necesita saber sobre el Centro, sobre cómo organizar su día a día y que herramientas tecnológicas se utilizarán en el Máster, qué ventajas tienen los alumnos, cómo moverse por los campus de la UPF, qué oferta y tipo de actividades extracurriculares se ofrecen y también ofrece acceso al *"International Student Handbook"* del Centro, un manual concebido para ayudar a preparar y regular la estancia en Barcelona dirigido sobre todo a alumnos internacionales.

Igualmente, para el TFM, el alumno contará con el apoyo de un tutor asignado por la Dirección Académica del programa. A lo largo del curso, el alumno puede solicitar tantas reuniones como desee o enviar tantos mails como crea necesario para resolver sus dudas, aunque tal y como puede observarse en la Guía del Trabajo Final de Máster, en la memoria de la titulación, se establecen unos parámetros de referencia mínimos.

La Dirección Académica, a petición del tutor y/o del alumno, se encarga de reservar los espacios necesarios para la realización de tutorías. Dichas tutorías son complementadas por tutorías presenciales realizadas en el despacho del profesor / tutor, y por el contacto constante vía telemática entre alumno y profesor, a través de los canales ya indicados en el párrafo anterior. A finales de febrero se realiza una nueva reunión obligatoria para evaluar la evolución del TFM.

Más allá de las tutorías, la Dirección Académica, a petición del alumnado, realiza encuentros con los alumnos, ya sea de forma individual o en grupo, para resolver dudas a nivel académico, siempre con el objetivo de realizar un seguimiento individualizado de los alumnos en su progreso a lo largo del periodo en el que dura el Máster. Finalmente, el TFM debe exponerse oralmente ante los profesores quienes evalúan los diferentes aspectos académicos del trabajo desarrollado y le ofrecen un *feedback* sobre su presentación.

En vista de los datos y la información aquí presentada se considera que los servicios de orientación académica apoyan adecuadamente el proceso de aprendizaje de los alumnos y existe un elevado grado de satisfacción tanto de los alumnos como de los tutores.

Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa

Se puede apreciar la efectividad del Plan de Acción Tutorial a través de los resultados de las tasas de graduación y rendimiento que en el caso de esta titulación se alcanzan prácticamente el 100%.

En el caso del Máster en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa, los servicios de orientación al estudiante empiezan desde el momento en que éste se matricula al Máster. Es habitual que entre la matrícula y el inicio del curso éstos tengan dudas sobre materias del grado a repasar, bibliografía o aspectos burocráticos y administrativos.

Durante las primeras semanas del curso, y empezando el día de la presentación del programa, el estudiante es informado sobre diferentes aspectos de índole académico, tales como: funcionamiento de las clases, metodología, TFM, evaluaciones, trabajos a presentar etc. Estos aspectos del curso también son tratados en la Guía del estudiante.

El gestor operativo del programa ya ha avanzado información sobre el Aula virtual del estudiante, disponible anteriormente al inicio del curso; éste es un espacio interactivo en el que el estudiante encontrará todo lo que necesita saber sobre el Centro, sobre cómo organizar su día a día y que herramientas tecnológicas se utilizarán en el Máster, qué ventajas tienen los estudiantes, cómo moverse por los campus de la UPF, qué oferta y tipo de actividades extracurriculares se ofrecen y también ofrece acceso al “*International Student Handbook*” del Centro, un manual concebido para ayudar a preparar y regular la estancia en Barcelona dirigido sobre todo a estudiantes internacionales. A lo largo del curso, el estudiante puede solicitar tantas reuniones como desee o enviar tantos mails como crea necesario para resolver sus dudas, aunque tal y como puede observarse en la Guía del Trabajo Final de Máster, en la memoria de la titulación, se establecen unos parámetros de referencia mínimos.

Formalmente, el Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa tiene dos tipos de tutorías: aquellas relacionadas con el desempeño curricular de los alumnos y aquellas orientadas al Trabajo Fin de Máster.

Las tutorías de desempeño del alumno pueden ser originadas por el propio estudiante o por la dirección del programa y su equipo de profesores.

Las circunstancias que típicamente pueden causar este tipo de tutorías incluyen las siguientes:

- Dudas relacionadas con el contenido de la sesión.
- Dudas previas al examen de la asignatura.
- Dudas sobre la bibliografía recomendada.
- Necesidad de guía sobre algún aspecto que el estudiante se ha encontrado durante las prácticas profesionales.
- Calificaciones del alumno significativamente por debajo de la nota media de la clase.
- Necesidad de intervención por eventualidades entre los miembros de un mismo equipo de trabajo.
- Necesidad de guía o recomendación de cara al futuro profesional del estudiante cuando éste está en procesos de selección en auditoras o departamentos financieros.

La Dirección Académica del programa está disponible habitualmente para los alumnos antes del inicio de las sesiones lectivas, por lo que es usual que se realicen encuentros con los estudiantes para tratar temas como los anteriores. En algunos casos estos temas son resueltos directamente por la dirección, mientras que en otros son derivados a profesores concretos o al gestor académico del curso.

En lo referente al Trabajo Fin de Máster, se organizan varias sesiones grupales de asistencia obligatoria. Estas sesiones se centran en temas como el saber formular las preguntas de investigación adecuadas, análisis de datos, metodología de investigación, estilo de escritura o habilidades de presentación de resultados. Adicionalmente, los estudiantes tienen reuniones programadas con su director de TFM. El director les ayudará más concretamente en el desarrollo de la investigación de un tema determinado, acotando el trabajo y analizando desde un punto de vista crítico sus resultados. En el punto 6.1 podrá observarse que el TFM es uno de los puntos mejor valorados del Máster.

Como ha podido observarse a lo largo de los puntos del presente documento, tanto la coordinación docente como las tutorías y la disponibilidad de los profesores son uno de los puntos fuertes del programa. El resumen de la valoración realizada por los estudiantes en la última edición puede volver a observarse a continuación:

Valoración	PRESENCIAL		SEMIPRESENCIAL *	
	Coordinación académica	Tutorías y apoyo al aprendizaje	Coordinación académica	Tutorías y apoyo al aprendizaje
Excelente	89,50%	89,50%	54,50%	52,70%
Bien	10,50%	5,25%	45,50%	41,80%
Regular	0,00%	5,25%	0,00%	3,60%
Ns/nc	0,00%	0,00%	0,00%	1,80%
Total	100,00%	100%	100,00%	100%
Participación	100%	100%	91,70%	91,70%

*La modalidad semipresencial se realiza en la mayoría de los casos con matrícula parcial y por tanto en el momento de redacción de este autoinforme habían finalizado el programa todos los grupos. Estos datos son únicamente de los grupos que han finalizado el programa.

La tabla anterior nos muestra como los estudiantes han percibido que la coordinación académica y las tutorías han sido buenas o excelentes en un 94,75% en el caso del grupo presencial y en un 94,5% en el grupo semipresencial.

En lo referente al TFM, como puede observarse en la tabla del apartado 6.1, el 100% de los alumnos han considerado que la disponibilidad de los tutores en el desarrollo del TFM ha sido “buena” o “excelente”.

En vista de los datos y la información aquí presentada se considera que los servicios de orientación académica apoyan adecuadamente el proceso de aprendizaje de los alumnos y existe un elevado grado de satisfacción tanto de los alumnos como de los tutores.

Máster Universitario en Información Digital

Se han establecido diferentes acciones y procedimientos para facilitar la orientación de los estudiantes. Primeramente, se ha creado el documento “Plan docente general” que complementa a las guías docentes. En este documento se explica con detalles el funcionamiento general del máster y especialmente el sistema de evaluación que se aplicará en todas las asignaturas del máster excepto en el TFM que sigue una dinámica y funcionamiento específicos. Durante la primera semana del máster la dirección del máster registra un vídeo explicando el “Plan docente general”. De forma paralela a cada estudiante se le asigna un **tutor pedagógico** que hará el seguimiento de la evolución del estudiante y resolverá sus dudas o sugerencias. Al tratarse de un programa 100% online, las tutorías se realizan por medio de un foro específico en el aula virtual o por medio de *webinars* o conferencias online de vídeo en directo en pequeños grupos que son organizados de manera periódica durante los dos primeros meses del máster. La tercera vía de comunicación consiste en ofrecer un horario específico para realizar tutorías individuales por *skype* con el tutor pedagógico.

Los estudiantes disponen de un chat y de un foro que permiten la comunicación directa entre ellos y que permite un intercambio de ideas e impresiones que no tienen que estar obligatoriamente relacionadas con los contenidos del máster.

El plan docente general se concreta en cada asignatura en función de los contenidos específicos. No obstante, el tipo de actividades y el sistema de evaluación es constante en todo el programa. Esta característica facilita la orientación del estudiante que antes de empezar cada asignatura ya sabe que tipo actividades tendrá que realizar y como se contabilizará su nota global.

Cada estudiante tiene además un tutor del TFM asignado que realizará el seguimiento en el desarrollo de esta asignatura. El TFM tiene un plan docente específico con un sistema de evaluación adaptado a las características propias de esta asignatura.

En función de las dudas presentadas en la tutoría pedagógica o en la tutoría del TFM la dirección del máster puede registrar vídeos aclaratorios sobre dudas generales que son publicados en el aula virtual.

Ejemplos de vídeos realizados por el tutor pedagógico:

- Bienvenida <https://youtu.be/yBMRMFUOtWA>
- Aspectos básicos del aula virtual <https://youtu.be/rknwYWLpTss>
- Vídeo de diciembre <https://youtu.be/fUyzLV3gKhU>

Ejemplo de *webinar* (conferencia online de vídeo en directo en pequeños grupos) con la dirección del máster

- Dudas y sugerencias a la dirección del máster <https://youtu.be/d6-k7lucaHY>

Finalmente indicar que el desarrollo de los materiales para la formación online se realiza siguiendo una estructura de unidades didácticas formadas por 4 elementos básicos: un artículo con el desarrollo de los contenidos, el enunciado de una actividad que implica unas 10 horas de trabajo del alumno y que finaliza con la realización de un informe, un cuestionario de elección múltiple sobre los contenidos de la unidad y el enunciado de un debate proponiendo un tema polémico que incite a la participación. Cada asignatura contiene diversas unidades didácticas. Esta estructura constante en todo el máster ha sido valorada muy positivamente por los estudiantes puesto que se sienten orientados en todo momento, siempre saben qué tipo actividades van a tener que hacer y cuando hacerlas.

Por medio de todas estas acciones y procedimientos se consigue informar de forma efectiva a todos los estudiantes para su correcto progreso, al mismo tiempo se realiza un seguimiento individualizado de los estudiantes, tanto en su desarrollo general en el máster como en la realización del Trabajo Final de Máster.

En vista de los datos y la información aquí presentada se considera que los servicios de orientación académica apoyan adecuadamente el proceso de aprendizaje de los alumnos y existe un elevado grado de satisfacción tanto de los alumnos como de los tutores.

Aprobado por el Centro

Máster Universitario en Marketing

La orientación académica es un proceso clave para garantizar el rendimiento del estudiante a lo largo del programa. En esta titulación las tasas de graduación y rendimiento son prácticamente del 100% lo que nos permite afirmar la eficacia del plan de acción tutorial.

En la sesión inaugural, durante la presentación del programa que se realiza al comienzo del curso, el estudiante es informado sobre diferentes aspectos de índole académico como: funcionamiento de las clases, metodologías de trabajo, TFM, evaluaciones, presentaciones y dinámicas de grupo, etc. Estos aspectos del curso también son tratados en la Guía del estudiante.

En paralelo a la Dirección Académica, los alumnos tienen siempre a su disposición un gestor operativo del programa, que día a día les avanza toda la información necesaria en el Aula virtual del programa a lo largo del Máster. El Aula virtual está disponible para los estudiantes anteriormente al inicio del curso, y es un espacio interactivo en el que el alumno encontrará todo lo que necesita saber sobre el Centro, sobre cómo organizar su día a día y que herramientas tecnológicas se utilizarán en el Máster, de qué servicios disponen los alumnos, cómo moverse por los campus de la UPF, qué oferta y tipo de actividades extracurriculares se ofrecen y también ofrece acceso al *“International Student Handbook”* del Centro, un manual concebido para ayudar a preparar y regular la estancia en Barcelona dirigido sobre todo a alumnos extranjeros.

El TFM se desarrolla a lo largo de todo el curso, por lo que desde que la dirección académica aprueba la propuesta de TFM y asigna los tutores en función del tema, el alumno cuenta con el apoyo del tutor asignado. A lo largo del curso, el alumno puede solicitar tantas reuniones como desee o enviar tantos mails como crea necesario para resolver sus dudas, aunque tal y como puede observarse en la Guía del Trabajo Final de Máster, se establece una reunión presencial de seguimiento mensual como parámetro mínimo en la tutorización del proyecto.

El centro cuenta con salas de reunión para la realización de las tutorías presenciales, por lo que el gestor operativo, a petición del tutor, se encarga de reservar los espacios necesarios para la realización de reuniones entre el alumno y el tutor. Dichas tutorías son complementadas por el contacto constante vía telemática entre estudiante y profesor, a través de los canales ya indicados en el párrafo anterior.

Más allá de las tutorías de seguimiento del TFM, la Dirección Académica, a petición del alumnado, realiza encuentros con los alumnos, ya sea de forma individual o en grupo, para resolver dudas a nivel académico, siempre con el objetivo de realizar un seguimiento individualizado de los alumnos en su progreso a lo largo del periodo en el que dura el Máster.

A lo largo del curso, los alumnos entregan tres avances parciales del TFM al final de cada trimestre académico, en los meses de diciembre, marzo y junio. En cada una de las tres etapas, el tutor evalúa el documento entregado y redacta un informe de evaluación que envía a la dirección académica. Adicionalmente, los alumnos hacen una presentación individual en una sesión de clase con los directores académicos, conocida como *“puesta en común”*. La idea es que el alumno presente y defienda el avance del trabajo. En la sesión de puesta en común, los demás alumnos y los directores académicos utilizan unas rúbricas para facilitar la evaluación de los aspectos relevantes del trabajo y de la presentación. Una vez que la dirección académica recibe el informe del tutor y las rúbricas de

las presentaciones, se preparan informes individuales que se entregan al estudiante, con el objetivo de que tenga un *feedback* del avance del TFM por parte del tutor, del resto de participantes en el programa, y de los Directores Académicos.

Al finalizar el curso, los estudiantes entregan la versión final del TFM. Por un lado, el tutor evalúa el trabajo final, haciendo uso de una rúbrica donde se definen y ponderan los aspectos a evaluar. Por otro lado, se organizan las defensas ante un tribunal compuesto por tres profesores del curso, que se asignan previamente para cada estudiante en función de la temática. Los directores académicos también están presentes en las sesiones. Las defensas son a puertas abiertas, por lo que el resto de alumnos están invitados a asistir al resto de presentaciones. En las sesiones de defensa del TFM, cada alumno presenta y defiende el proyecto durante 20 minutos ante el tribunal. El tribunal, que ha recibido el trabajo dos semanas antes de la defensa, tiene 10 minutos para hacer preguntas al ponente. Una vez defendido, el tribunal y los directores académicos, a puerta cerrada, evalúan el TFM, usando unas rúbricas disponibles para ello. Los directores académicos usan las evaluaciones de las rúbricas hechas tanto por el tutor (80%), como por el tribunal (20%), para redactar una evaluación final del TFM, que el alumno recibe una vez concluidas las defensas.

En los aspectos relacionados con la atención ofrecida por el equipo de profesores se detalla el porcentaje de alumnos que los valoró como excelentes o buenos en la tercera y última edición del programa (2016-2017): Disponibilidad del profesorado (100%), Orientación académica y soporte al aprendizaje (91%), Coordinación docente (89%), Metodología docente del programa (89%). En particular, las valoraciones globales del Trabajo de Fin de Máster también reflejan el alto nivel de satisfacción en el desarrollo del mismo, ya que el 94.3% de los estudiantes valoraron como excelente o bueno el TFM, y el 97.2% valoraron como excelente o bueno el Trabajo del tutor.

En vista de los datos y la información aquí presentada se considera que los servicios de orientación académica apoyan adecuadamente el proceso de aprendizaje de los alumnos y existe un elevado grado de satisfacción tanto de los alumnos como de los tutores.

Servicios de Orientación Profesional: El Servicio de Carreras Profesionales (SCP)

Además del servicio de orientación académica, el Centro ofrece un servicio específico para orientar en el desarrollo de habilidades profesionales y la empleabilidad de los estudiantes.

El Centro valora muy positivamente el valor añadido de los servicios de orientación profesional que pone a disposición de los estudiantes, tal y como observaremos posteriormente en los resultados de la encuesta de inserción laboral (estándar 6.4).

El equipo del Servicio de Carreras Profesionales ofrece asesoramiento a los participantes en todos los aspectos relacionados con su carrera y evolución profesional. Dispone de un Programa de Desarrollo Profesional (PDP) con talleres sobre:

- Cómo redactar el CV.
- Presentación profesional: *personal branding*.
- Técnicas de comunicación y *networking*.
- Estrategias para búsqueda de empleo.
- El uso de LinkedIn como herramienta de *networking*.
- Cómo prepararse para una entrevista de trabajo.

Y un Servicio de Asesoramiento Personalizado (*Career Coaching*) para:

- Revisión y optimización de CV.
- Definición de la identidad profesional.
- Análisis estratégicos de talentos y habilidades.
- Preparación para entrevistas laborales.
- Apoyo en la búsqueda de trabajo.
- Reorientación profesional y plan de carrera.

A lo largo del curso académico, el Servicio de Carreras Profesionales organiza actividades específicas, abiertas a toda la comunidad de estudiantes, para promover la inserción laboral, conectando talento y empresas, compartir proyectos de emprendimiento y generar oportunidades de *networking* profesional:

- **Charlas y ponencias:** Sesiones llevadas a cabo por líderes empresariales, expertos en las áreas profesionales en las que los estudiantes se especializan y responsables de recursos humanos.
- **Actividades de *networking*:** Eventos y dinámicas para impulsar la generación y el establecimiento de contactos nacionales e internacionales con profesionales y empresas de múltiples sectores.

El Servicio de Carreras Profesionales también gestiona la Bolsa de Trabajo y el Programa de Prácticas Académicas Externas (PAE), tanto curriculares como extra curriculares, colaborando activamente y estableciendo relaciones de colaboración con empresas y entidades a nivel local e internacional. Tras la firma de un convenio en que las tres partes implicadas (Estudiante-Empresa-Centro) acuerdan los términos de realización de las prácticas, se lleva a cabo un seguimiento del aprovechamiento de las mismas por parte del tutor de la empresa y del tutor académico.

Además de las acciones detalladas anteriormente, el proceso de aprendizaje de los estudiantes se ve reforzado con la realización de tutorías específicas para las distintas materias asegurando así el apoyo, la correcta evolución de los estudiantes y el seguimiento personalizado.

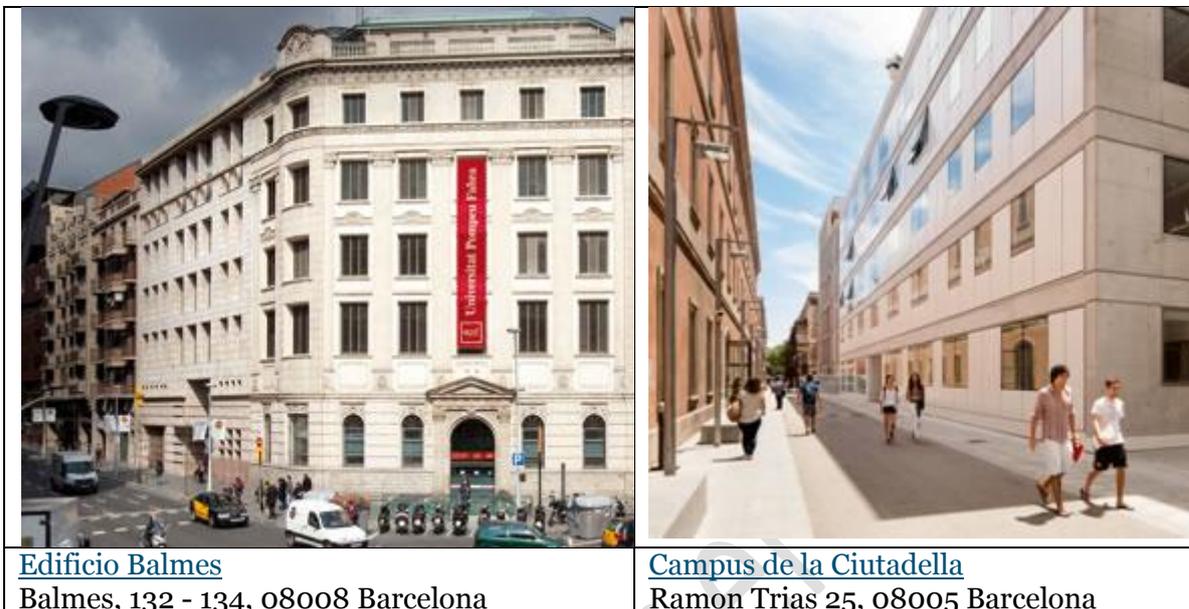
A lo largo del curso académico 2015-2016 se produjo un incremento efectivo del equipo del Servicio de Carreras Profesionales. Un miembro del equipo se ha dedicado a intensificar el contacto con las empresas o instituciones proveedoras de las prácticas y se ha incorporado un *coach* de carreras con el objetivo de proporcionar asesoramiento personalizado y específico para orientar e impulsar el desarrollo profesional de los estudiantes.

En cuanto a las acciones de mejora implementadas en el curso académico 2015-2016, es esencial destacar la formación proporcionada a los estudiantes internacionales de los *Masters of Science*, a través de talleres interactivos, sesiones de *networking* y *Recruitment Talks*. También se ofrecieron talleres de formación sectorial en tres áreas específicas: consultoría, finanzas y gran consumo, liderados por profesionales expertos.

El programa de formación se desarrolló con el objetivo de proporcionar herramientas y recursos, impulsar talentos y preparar de manera eficaz a los estudiantes para la incursión en el mundo profesional. Desde la revisión y actualización de currículum, pasando por la definición de la identidad profesional y de la marca personal, estrategias de *networking* a través de LinkedIn, hasta la búsqueda de oportunidades y la preparación para entrevistas, a través de *mock interviews*. Sesiones específicas de redacción de CV y talleres de LinkedIn en grupos reducidos se organizaron para toda la comunidad de estudiantes del Centro, quienes también dispusieron del servicio de *coaching* personalizado, con correspondiente seguimiento individual. Finalmente, se facilitó la asistencia a UPFeina, un foro de empleo en UPF Ciutadella y también a *JoBarcelona*, feria de empleo que contó con la participación del equipo de Carreras, cuyos miembros lideraron un taller sobre *Interview Skills*. Por supuesto, el Servicio de Carreras Profesionales difundió, a lo largo de todo el curso, la organización a nivel nacional e internacional de eventos relacionados con el desarrollo profesional y oportunidades de empleo de interés para todos los estudiantes.

En cuanto a las acciones de mejora llevadas a cabo al inicio del curso académico 2016-2017, destacan el *MSc Careers Day*, la redacción de una *CV Guide*, el *Career Handbook*, la *Careers Room* en el Aula Global, el Campus Treball en inglés, diversas *Sector track training sessions* y las *Employer Engagement Talks*.

5.2. Los recursos materiales disponibles son adecuados para el número de estudiantes y para las características de la titulación



Para la globalidad de las titulaciones, el centro dispone de recursos materiales adecuados al número de estudiantes y a las características de cada titulación.

Los estudiantes pueden acceder a las infraestructuras de los campus UPF, en especial la Biblioteca y Centro de Recursos, y disponen de una plataforma online (Aula Global) con acceso a los contenidos del programa, así como a la información de su interés. Las salas de informática de libre acceso, así como salas de estudio y de trabajo en equipo son otras facilidades a su disposición, siempre con conexión a Internet Inalámbrica. La Universidad Pompeu Fabra dispone de bibliotecas y salas de estudio ubicadas en cada uno de sus campus: el Campus Ciutadella, el Campus de la Comunicación y el Campus Mar. Como estudiante de la **Barcelona School of Management** se tiene acceso a todas ellas únicamente mostrando el carné de estudiante.

- **Acceso a las bibliotecas UPF**

Se permite el acceso a la consulta y préstamo de más de 500.000 volúmenes y 14.800 publicaciones en serie a través del [portal de la Biblioteca UPF](#), con el que podrán beneficiarse de los [recursos digitales de información](#) que la Universidad pone a su disposición, gestionar sus propios préstamos en línea mediante el servicio de reservas de documentos e indicar la sede UPF donde se desee recogerlos.



- **Acceso al Centro de Recursos de la Barcelona School of Management**

En el Centro de Recursos de la **Barcelona School of Management** se puede consultar y pedir en préstamo cualquier material del fondo documental de libros, revistas y otros materiales relacionados con las áreas de conocimiento de los másteres y postgrados de la institución. Además, si se solicitan documentos de cualquiera de las demás bibliotecas de la UPF, en incluso a nivel interuniversitario, se ofrece la opción de recibirlos y entregarlos en el Centro de Recursos situado en el edificio Balmes, sin tener que desplazarse a ningún otro campus.

- **Reserva de salas de estudio**

En la **Barcelona School of Management** se pueden reservar salas de estudio para trabajar de manera individual o en grupo. Asimismo, con el carné de estudiante se podrán reservar salas de estudio en cualquiera de las bibliotecas de la UPF.

- **Utilización de salas de informática**

La **Barcelona School of Management** y todas las bibliotecas UPF disponen de salas de informática en las que se puede trabajar. Si se desea, también existe conexión a Internet con un ordenador portátil o acceso al servicio de préstamo de *portátiles* de la **Barcelona School of Management**.

- **Aula Global**

Todos los programas disponen de su propio material docente y los estudiantes disponen de un aula virtual (Aula Global) para acceder a ellos, así como para la consulta de bibliografía, la participación en debates o la elaboración de trabajos en grupo.

- **Salas de reuniones para tutorías y mentorías**

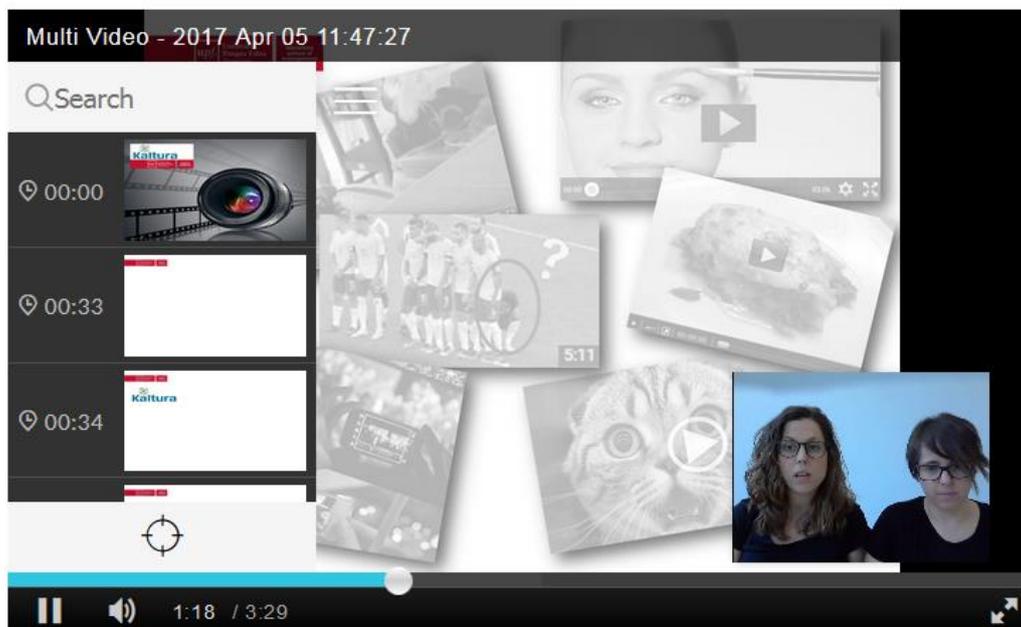
La **Barcelona School of Management** pone a disposición de los estudiantes y del equipo de profesores nuevos espacios acondicionados para que se puedan desarrollar las acciones previstas en los diferentes Planes de Acción Tutorial.

Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa

Durante el curso, además de todo el material en soporte papel o pdf que se proporciona a los alumnos, se contemplan otros recursos complementarios para asegurar la correcta adquisición de los conocimientos y competencias previstas. Estos soportes adicionales acostumbran a ser libros específicos y videos elaborados por los propios profesores para remarcar y explicar con ejemplos gráficos algún contenido específico.

Así mismo, en el campus virtual se dispone de la herramienta Kaltura para facilitar la comunicación verbal y visual entre profesor y alumno. Esta herramienta permite enviar intervenciones, dudas o temas de debate en formato vídeo, asegurando así que la interpretación del mensaje es la correcta.

Presentació Kaltura



Igualmente, las aulas están siempre disponibles. Este hecho es altamente valorado ya que los alumnos pueden acceder a los mismos equipos con los que se imparten las sesiones del Máster en horario no lectivo y realizar en estas aulas los trabajos de las diferentes asignaturas.

Ya sea en las aulas o fuera de ellas, los alumnos tienen acceso a otros recursos que les ayudan a realizar los trabajos asignados por los profesores o el Trabajo Fin de Máster. Entre ellos, destacan los siguientes:

- Sistema de Análisis de Balances Ibéricos: Base de datos que contiene información financiera de unas 950.000 empresas de España. Contiene hasta 10 años de información histórica de las cuentas de cada empresa y se puede hacer la búsqueda por empresa o grupo de empresas. Los informes se pueden imprimir o exportar a una hoja de cálculo y se puede elegir el idioma (castellano o inglés) y la moneda que interese. Permite extraer análisis detallados, estadísticas y / o comparativas y realizar diferentes gráficos con los datos resultantes.

- Amadeus: Base de datos que contiene información financiera de unos 19 millones de empresas europeas, de 43 países. Contiene hasta 10 años de información histórica de las cuentas de cada empresa y se puede hacer la búsqueda por empresa o grupo de empresas. Los informes se pueden imprimir o exportar a una hoja de cálculo y se puede elegir el idioma y la moneda que interese. Permite extraer análisis detallados estadísticas y / o comparativas y realizar diferentes gráficos con los datos resultantes.
- Journal Citation Reports: Base de datos que evalúa las revistas de ciencia y tecnología, por un lado, y las de ciencias sociales por otra (unas 7.000 en total), en función de su factor de impacto (basado en el análisis de las citas que publican y que reciben las publicaciones), vida media e índice de inmediatez. Cronológico: desde 1997 hasta la actualidad.
- ISI Web of Knowledge: Es una plataforma que ofrece la posibilidad de realizar búsquedas en todo el contenido de las bases de datos multidisciplinares del *Institut for Scientific Information (ISI)*: artículos de revistas, patentes, actas de congresos, datos químicos, herramientas de evaluación y análisis de la información publicada (factor de impacto e índice de inmediatez), recursos de gestión bibliográfica y recursos web.
- Scopus: Base de datos bibliográfica producida por Elsevier que recoge resúmenes, referencias e índices de casi 18.000 revistas revisadas por pares (*peer-reviewed*), de unas 5.000 editoriales internacionales. Incluye dos indicadores para evaluar y medir la producción científica: *Scimago Journal Rank (SCR)* y *Source Normalized Impact Paper (SNIP)*.
- Econlit: Base de datos bibliográfica del ámbito económico producida por la *American Economic Association*. Proporciona resúmenes de artículos de revista, libros, *working papers*, etc. y enlaces a algunos artículos a texto completo. Alcance cronológico desde 1969. Ámbito estadounidense.
- ABI Inform Complete: Base de datos a texto completo sobre economía y empresa: estrategias corporativas, técnicas de gestión, desarrollo de productos, contabilidad, finanzas, etc. Ofrece más de 6.800 revistas electrónicas (de las cuales más de 5.400 a texto completo), 25.000 tesis, *working papers* y diarios como *The Wall Street* y *The Financial Times*. Cronológico: desde 1971 hasta la actualidad.
- Factiva: Base de datos de texto completo de ámbito empresarial, financiero y de noticias. Factiva es fruto de la colaboración entre Dow Jones y Reuters. Da acceso a unos 1.000 diarios internacionales y locales, 3.000 revistas, 300 Newswires, 10.000 sitios web en más de 20 lenguas, 30.000 informes de empresa y, a más de 4.000 fotografías. En español e inglés. Cronológico: desde 1989. Ámbito territorial: internacional.

Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa

Los participantes reciben a lo largo del curso material electrónico o en papel, así como guías docentes o documentos de apoyo que faciliten el aprendizaje y la adquisición de competencias.

Adicionalmente, en el campus virtual se dispone de la herramienta Kaltura para facilitar la comunicación verbal y visual entre profesor y alumno, una vez impartidas las sesiones. Esta herramienta permite mandar intervenciones, dudas o temas de debate en formato vídeo, asegurando así que la interpretación del mensaje es la correcta.

Adicionalmente, ya sea en nuestras instalaciones o fuera de ellas, los alumnos tienen acceso a otros recursos que les ayudan a realizar los trabajos asignados por los profesores o el Trabajo Fin de Máster. Entre ellos, destacan los siguientes:

-Sistema de Análisis de Balances Ibéricos: Base de datos que contiene información financiera de unas 950.000 empresas de España. Contiene hasta 10 años de información histórica de las cuentas de cada empresa y se puede hacer la búsqueda por empresa o grupo de empresas. Los informes se pueden imprimir o exportar a una hoja de cálculo y se puede elegir el idioma (castellano o inglés) y la moneda que interese. Permite extraer análisis detallados, estadísticas y / o comparativas y realizar diferentes gráficos con los datos resultantes.

-Amadeus: Base de datos que contiene información financiera de unos 19 millones de empresas europeas, de 43 países. Contiene hasta 10 años de información histórica de las cuentas de cada empresa y se puede hacer la búsqueda por empresa o grupo de empresas. Los informes se pueden imprimir o exportar a una hoja de cálculo y se puede elegir el idioma y la moneda que interese. Permite extraer análisis detallados estadísticas y / o comparativas y realizar diferentes gráficos con los datos resultantes.

-Journal Citation Reports: Base de datos que evalúa las revistas de ciencia y tecnología, por un lado, y las de ciencias sociales por otra (unas 7.000 en total), en función de su factor de impacto (basado en el análisis de las citas que publican y que reciben las publicaciones), vida media e índice de inmediatez. Cronológico: desde 1997 hasta la actualidad.

-ISI Web of Knowledge: Es una plataforma que ofrece la posibilidad de realizar búsquedas en todo el contenido de las bases de datos multidisciplinares del *Institut for Scientific Information (ISI)*: artículos de revistas, patentes, actas de congresos, datos químicos, herramientas de evaluación y análisis de la información publicada (factor de impacto e índice de inmediatez), recursos de gestión bibliográfica y recursos web.

-Scopus: Base de datos bibliográfica producida por Elsevier que recoge resúmenes, referencias e índices de casi 18.000 revistas revisadas por pares (*peer-reviewed*), de unas 5.000 editoriales internacionales. Incluye dos indicadores para evaluar y medir la producción científica: *Scimago Journal Rank (SCR)* y *Source Normalized Impact Paper (SNIP)*.

-Econlit: Base de datos bibliográfica del ámbito económico producida por la *American Economic Association*. Proporciona resúmenes de artículos de revista, libros, *working papers*, etc. y enlaces a algunos artículos a texto completo. Alcance cronológico desde 1969. Ámbito estadounidense.

- **ABI Inform Complete:** Base de datos a texto completo sobre economía y empresa: estrategias corporativas, técnicas de gestión, desarrollo de productos, contabilidad, finanzas, etc. Ofrece más de 6.800 revistas electrónicas (de las cuales más de 5.400 a texto completo), 25.000 tesis, *working papers* y diarios como *The Wall Street* y *The Financial Times*. Cronológico: desde 1971 hasta la actualidad.

-**Factiva:** Base de datos de texto completo de ámbito empresarial, financiero y de noticias. Factiva es fruto de la colaboración entre Dow Jones y Reuters. Da acceso a unos 1.000 diarios internacionales y locales, 3.000 revistas, 300 Newswires, 10.000 sitios web en más de 20 lenguas, 30.000 informes de empresa y, a más de 4.000 fotografías. En español e inglés. Cronológico: desde 1989. Ámbito territorial: internacional.

Máster Universitario en Información Digital

Los estudiantes del Máster en Información Digital disponen de cuentas premium temporales de las principales herramientas online para el análisis SEO, SEM y analítica Web. Algunos ejemplos de estas herramientas son: Sistrix, Woorank, Semrush, Seoguardian y OpenSiteExplorer.

Por otro lado, al ser un máster online se ha dedicado una especial atención al desarrollo de los materiales didácticos. Una parte de estos materiales son mapas conceptuales que permiten a los estudiantes ver la perspectiva general que tienen los expertos de los contenidos de cada asignatura. Cada asignatura tiene 4 mapas conceptuales que resumen los contenidos más importantes.

Máster Universitario en Marketing

A lo largo del Máster los participantes reciben material de apoyo para la preparación y seguimiento de las clases: casos, material de lectura, videos, y *slides* de las sesiones, usualmente en formato electrónico, o en papel si la dinámica de la sesión lo requiere. De igual manera se distribuyen guías docentes o documentos de apoyo que faciliten el aprendizaje y la adquisición de competencias.

En el campus virtual se dispone de la herramienta Kaltura para facilitar la comunicación verbal y visual entre profesor y alumno, una vez impartidas las sesiones. Esta herramienta permite el envío de intervenciones, dudas o temas de debate en formato vídeo, asegurando así que la interpretación del mensaje es la correcta.

Ya sea en las instalaciones del centro, o fuera de ellas, los alumnos tienen acceso a través de la intranet, a otros recursos que les ayudan a realizar tanto los trabajos asignados por los profesores como el Trabajo Fin de Máster. Entre ellos, destacan las siguientes herramientas y bases de datos:

-**Markstrat:** Juego de simulación que permite a los participantes tomar decisiones estratégicas y operativas en marketing, inversiones financieras, investigación de mercados, y desarrollo de productos, a lo largo de las distintas etapas, para una empresa virtual que compite en un mercado oligopolístico formado por seis empresas.

-**Buiness Policy Game:** Juego de simulación de empresa que permite a los participantes tomar decisiones estratégicas de marketing, finanzas, producción e investigación de mercados, tanto a nivel local como internacional, en un contexto oligopolístico. El juego permite trabajar con un número de entre 3 y 8 empresas, tomando decisiones a lo largo de las etapas del juego, que van entre 16 y 20.

-**Infoadex:** Base de datos especializada en Marketing, que contiene información histórica completa sobre las inversiones realizadas por parte de más de 210.000 anunciantes (empresas y organizaciones) en los distintos medios publicitarios tanto en España como a nivel mundial. La base de datos incluye información sobre la inversión publicitaria a través de los ocho canales de comunicación controlados (televisión, prensa diaria, revistas, dominicales, radio, cine, exterior, e Internet).

-**Factiva:** Base de datos de texto completo de ámbito empresarial, financiero y de noticias. Factiva es fruto de la colaboración entre Dow Jones y Reuters. Da acceso a unos 1.000 diarios internacionales y locales, 3.000 revistas, 300 Newswires, 10.000 sitios web en más de 20 lenguas, 30.000 informes de empresa y, a más de 4.000 fotografías. En español e inglés. Cronológico: desde 1989. Ámbito territorial: internacional.

-**Amadeus:** Base de datos que contiene información financiera de unos 19 millones de empresas europeas, de 43 países. Contiene hasta 10 años de información histórica de las cuentas de cada empresa y se puede hacer la búsqueda por empresa o grupo de empresas. Los informes se pueden imprimir o exportar a una hoja de cálculo y se puede elegir el idioma y la moneda que interese. Permite extraer análisis detallados estadísticas y / o comparativas y realizar diferentes gráficos con los datos resultantes.

-**Journal Citation Reports:** Base de datos que evalúa las revistas de ciencia y tecnología, por un lado, y las de ciencias sociales por otra (unas 7.000 en total), en función de su factor de impacto (basado en el análisis de las citas que publican y que reciben las publicaciones), vida media e índice de inmediatez. Cronológico: desde 1997 hasta la actualidad.

-**ISI Web of Knowledge:** Es una plataforma que ofrece la posibilidad de realizar búsquedas en todo el contenido de las bases de datos multidisciplinares del *Institut for Scientific Information (ISI)*: artículos de revistas, patentes, actas de congresos, datos químicos, herramientas de evaluación y análisis de la información publicada (factor de impacto e índice de inmediatez), recursos de gestión bibliográfica y recursos web.

-**Scopus:** Base de datos bibliográfica producida por Elsevier que recoge resúmenes, referencias e índices de casi 18.000 revistas revisadas por pares (*peer-reviewed*), de unas 5.000 editoriales internacionales. Incluye dos indicadores para evaluar y medir la producción científica: *Scimago Journal Rank (SCR)* y *Source Normalized Impact Paper (SNIP)*.

-**Econlit:** Base de datos bibliográfica del ámbito económico producida por la *American Economic Association*. Proporciona resúmenes de artículos de revista, libros, *working papers*, etc. y enlaces a algunos artículos a texto completo. Alcance cronológico desde 1969. Ámbito estadounidense.

- **ABI Inform Complete:** Base de datos a texto completo sobre economía y empresa: estrategias corporativas, técnicas de gestión, desarrollo de productos, contabilidad, finanzas, etc. Ofrece más de 6.800 revistas electrónicas (de las cuales más de 5.400 a texto completo), 25.000 tesis, *working papers* y diarios como *The Wall Street* y *The Financial Times*. Cronológico: desde 1971 hasta la actualidad.

Estándar 6. Calidad de los resultados de los programas formativos

La **Barcelona School of Management** otorga una especial importancia en comprobar que los estudiantes matriculados en sus programas formativos alcanzan los objetivos y resultados de aprendizaje definidos en los diferentes planes de estudios.

El modelo docente del Centro impulsa un aprendizaje profesionalizador, basado en proyectos y con un enfoque que incorpora las realidades de las diferentes profesiones que conforman la oferta formativa. El equipo de la Dirección Académica ayuda a los coordinadores de los Másteres al diseño y al desarrollo de instrumentos para certificar y comprobar que los estudiantes alcanzan las competencias definidas en los programas formativos, todas ellas pertenecientes al nivel correspondiente definido en el MECES.

Es interesante subrayar la apuesta transversal del Centro para desarrollar mecanismos generales (rúbricas) y evolucionar de forma natural los instrumentos actuales de evaluación del aprendizaje de los estudiantes.

En este estándar se presenta la información agrupada por titulación para los estándares 6.1, 6.2 y 6.3, para facilitar la lectura del autoinforme.

Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa

6.1. Los resultados de aprendizaje alcanzados se corresponden con los objetivos formativos pretendidos y con el nivel del MECES de la titulación.

Para la siguiente titulación los resultados de aprendizaje se corresponden con los objetivos formativos y con el nivel del MECES, tal y como pretendía el diseño del plan de estudios. A lo largo del despliegue de la titulación, incluidas las modificaciones comentadas en el apartado 1.2, se ha ido comprobando que los alumnos han alcanzado los niveles y las competencias pretendidas en la memoria verificada.

La selección de asignaturas que detallamos a continuación se ha realizado de forma que permita observar el alcance por parte de los alumnos de las competencias básicas, así como también las específicas. Al final de este apartado y separadamente se detallan aspectos relevantes del TFM y de las prácticas profesionales.

Debido a la complejidad del Programa en cuanto a modalidades de impartición (presencial, semipresencial y online) y especialidades (finanzas corporativas y *controlling*) se ha realizado una selección de asignaturas que intenta abarcar todas las especificidades del programa. En concreto, se han seleccionado:

- 1) **Consolidación de balances avanzada (PRESENCIAL)**. Asignatura que forma parte de la Materia 1 (Contabilidad Financiera). 3 ECTS. Asignatura obligatoria para todos los participantes en el programa independientemente de la especialidad cursada (*controlling* o finanzas corporativas).
 - Principales contenidos de la asignatura:
 - Relevancia de la consolidación de balances en los casos de grupos de empresas.
 - Normas para la formulación de las cuentas anuales consolidadas.
 - Formulación de cuentas consolidadas de corporaciones y grupos de empresas.
 - Comparación con la normativa internacional. Revisión de las investigaciones más recientes en materia de consolidación de balances.
 - Competencias para adquirir por parte del participante:
 - E1: Reconocer y aplicar los diferentes métodos de consolidación adaptados a cada caso.
 - Resultados del aprendizaje: Capacidad para distinguir, en el proceso de la consolidación, los diferentes métodos existentes y entender el significado de la información obtenida a partir de dicha consolidación.
- 2) **Análisis de empresas II (Modalidad Presencial)**. Asignatura que forma parte de la Materia 3 (Dirección Financiera). 3 ECTS. Asignatura obligatoria para todos los participantes en el programa independientemente de la especialidad cursada (*controlling* o finanzas corporativas).

- Principales contenidos de la asignatura:
 - Últimas tendencias en materia de análisis cualitativo de la empresa.
 - Estado actual de la investigación académica y de la práctica empresarial en materia de análisis de empresas y de análisis de cuentas consolidadas.
 - Formulación de modelos predictivos en base a ratios (técnicas de predicción de insolvencias).
 - Diseño de modelos de crédito *scoring* y de *rating*.
 - Análisis de sectores específicos.
 - Análisis de empresas de alto crecimiento, de empresas longevas, de empresas fracasadas y de otros tipos de empresas relevantes.
- Competencias para adquirir por parte del participante:
 - E4: Implementar y evaluar variedad de herramientas de análisis para evaluar la situación económico-financiera de una empresa.
- Resultados del aprendizaje: Evaluar y diagnosticar la situación económico-financiera de una empresa a partir de sus cuentas anuales y de la información sobre el sector y la competencia y efectuar y demostrar las recomendaciones para solucionar sus puntos débiles.

3) **Dirección Financiera** (*Modalidad semipresencial*). Asignatura que forma parte de la Materia 4a y 4b (Especialidad en *Controlling* y Finanzas Corporativas). 3 ECTS.

- i) Principales contenidos de la asignatura:
 - Finanzas corporativas: últimas tendencias.
 - Estado actual de la investigación académica y de la práctica empresarial en materia de dirección financiera.
 - Aplicación de los métodos de valoración de empresas a casos reales. Ventajas e inconvenientes en función del sector y de la empresa analizada.
- ii) Competencias para adquirir por parte del participante:
 - E6: Asesorar en temas de inversión y financiación.
 - E10: Reconocer los principales elementos de la política financiera.
- iii) Resultados del aprendizaje: Capacidad para tomar decisiones óptimas de inversión y de financiación. Capacidad para reconocer los elementos conceptuales que ayudan a diseñar la política financiera de la empresa en procesos de decisión relacionados con la proporción entre capital y deuda, tipología de fondos propios proporción entre deuda a corto y deuda a largo y política de dividendo.

4) **Nuevos Instrumentos financieros** (Modalidad online). Asignatura que forma parte de la materia 4b (Especialidad en Finanzas Corporativas). 3 ECTS.

- Principales contenidos de la asignatura:
 - Titulización de activos.
 - Sindicación *Project Finance*.
 - Productos híbridos.
 - Private equity.
 - OPA, OPV.
- Competencias para adquirir por parte del participante:
 - E6: Asesorar en temas de inversión y financiación.
 - E8: Organizar una variedad de técnicas para analizar los valores que cotizan en bolsa.
- Resultados del aprendizaje: Capacidad para tomar decisiones óptimas de inversión y de financiación. Valorar el funcionamiento de la bolsa y de los valores que se negocian en los mercados de valores.

En relación con las asignaturas:

La Dirección Académica se muestra satisfecha con los resultados alcanzado por los estudiantes en las asignaturas seleccionadas ya que ponen de manifiesto el nivel de formación esperado tanto en el programa como en los niveles especificados en el Marco Español de Cualificaciones para Educación Superior.

A continuación, se detalla por asignaturas información relevante requerida en cuanto a sistemas de evaluación, % de superación y valoración de la asignatura por parte del participante:

- a) **Consolidación de balances avanzada** (Modalidad presencial). En cuanto a criterios de evaluación (30% examen final de asignatura y 70% aplicación práctica de contenidos en base a casos prácticos y un trabajo final de asignatura).

Consolidación de balances avanzada (PRESENCIAL)	Excelente	Notable	Otras
Nota obtenida por el participante	27,0%	73,0%	0,0%

Consolidación de balances avanzada (PRESENCIAL)	Excelente	Bien	Otras
Evaluación de la asignatura por parte del participante	48,5%	51,5%	0%
Evaluación del profesorado por parte del participante	66,7%	33,3%	0%

Tal y como se puede observar en las tablas, el porcentaje de superación es habitualmente pleno (salvo algunos casos que se dan puntualmente de abandono). La satisfacción del participante es altamente favorable. El hecho de que el sistema de evaluación promueva el trabajo diario y obligue al participante a estar al día en cuanto a contenidos favorece sin duda al elevado grado de superación de la materia. Destacar a su vez que la calidad del profesorado y su disponibilidad

favorecen también en este sentido.

- b) **Análisis de empresas II (PRESENCIAL)**. En cuanto a criterios de evaluación (30% examen final de asignatura y 70% aplicación práctica de contenidos en base a casos prácticos y un trabajo final de asignatura).

Análisis de Empresas II (PRESENCIAL)	Excelente	Notable	Otras
Nota obtenida por el participante	43,2%	56,8%	0,0%

Análisis de Empresas II (PRESENCIAL)	Excelente	Bien	Otras
Evaluación de la asignatura por parte del participante	54,5%	45,5%	0%
Evaluación del profesorado por parte del participante	72,7%	27,3%	0%

En cuanto a comentarios, son idénticos a los de la asignatura consolidación. Tasa de superación del 100% y alta satisfacción del participante debido a la calidad del profesorado y a la metodología del caso y percepción por parte del alumno de asignatura muy práctica.

- c) **Dirección Financiera (Modalidad semipresencial)**. 30% examen final de asignatura y 70% aplicación práctica de contenidos en base a: casos prácticos a trabajar previamente a la sesión magistral y un trabajo final de asignatura posterior a la sesión presencial que sirve de anclaje final de conceptos de la asignatura.

Dirección Financiera (SEMIPRESENCIAL)	Excelente	Notable	Otras
Nota obtenida por el participante	31,0%	69,0%	0,0%

Dirección Financiera (SEMIPRESENCIAL)	Excelente	Bien	Otras
Evaluación de la asignatura por parte del participante	76,9%	23,1%	0,0%
Evaluación del profesorado por parte del participante	84,6%	15,4%	0,0%

En la modalidad semipresencial, con el apoyo del tutor y los medios propios del semipresencial/online, acompañado de una sesión presencial con profesorado de calidad, se favorece la superación de la asignatura con excelencia. Destacar también la alta satisfacción con el profesorado.

- d) **Nuevos Instrumentos financieros (Modalidad online)**. 50% examen final de asignatura y 50% aplicación práctica de contenidos en base a: casos prácticos y un trabajo final de asignatura posterior a la entrega y *feedback* de los casos que sirve de anclaje final de los principales conceptos de la asignatura.

Nuevos instrumentos financieros (online)	Excelente	Bien	Otras (NS NC, regular, deficiente)
Evaluación de la asignatura por parte del participante	16,7%	66,7%	16,7%

Nuevos instrumentos financieros (online)	Excelente	Notable	Otras
Nota obtenida por el participante	25%	75%	0%

La modalidad online, con el apoyo del tutor y los medios propios del online, favorecen la superación y valoración muy positiva de la asignatura por parte del participante.

Sistema general de evaluación en relación con las competencias

El sistema de evaluación, como se ha podido ver en las 4 asignaturas seleccionadas, dispone de diferentes pesos (%) en función de la modalidad, que permite asegurar la adquisición de competencias, siempre acordes con la Memoria verificada de la titulación, y se compone de los siguientes ítems:

a. Exámenes: en el caso del Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa se trata de exámenes conceptuales que aseguran que los conocimientos mínimos de cada asignatura han sido adquiridos por el alumno:

CB6. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.

CB7. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB10. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

b. Casos prácticos / trabajos de asignatura: se trata de uno de los ítems de valoración principales del Máster. El profesor de la asignatura se asegura de que el alumno sabe aplicar en la práctica los conceptos teóricos adquiridos, posee capacidad de aprendizaje y pensamiento crítico, sabe afrontar problemas, sabe trabajar en equipo y es capaz de defender sus argumentos en público (es habitual la presentación pública de casos). En cada asignatura del programa se han de desarrollar casos prácticos y en muchas de ellas trabajo final de asignatura.

CB8. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB9. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

En relación con el TFM:

La Dirección Académica se muestra satisfecha con los resultados alcanzado por los estudiantes en el Trabajo Final de Máster ya que pone de manifiesto el nivel de formación esperado tanto en el programa como en los niveles especificados en el Marco Español de Cualificaciones para Educación Superior.

Asimismo, las temáticas de los trabajos se seleccionan en base a los criterios establecidos por las áreas académicas del centro.

Si los trabajos y los casos son los encargados de demostrar que el alumno sabe aplicar conceptos teóricos a la resolución de problemas reales, el TFM facilita la integración entre materias y permite a la dirección académica, entre otras cosas evaluar la capacidad de interrelacionar materias y conceptos financieros del alumno al tratarse de un caso más global.

En todas las modalidades, el TFM se defiende ante un tribunal de 3 personas específicamente escogidas entre el profesorado del Máster, priorizando la presencia de doctores y excluyendo siempre la participación del tutor en el tribunal.

La evaluación de dicho tribunal está perfectamente pautada mediante rúbricas y será el componente principal de la nota del TFM. Para las modalidades presencial y semipresencial, la realización del TFM puede ser en grupo o individual, y para la modalidad online, es siempre de forma individual. En el caso de los TFM presentados en grupo, la evaluación se hace personalizada pudiendo diferir la nota entre diferentes componentes del grupo en función de cómo presenten, como respondan a las preguntas del tribunal o el grado de implicación en el desarrollo del trabajo (el tutor de la tesina valora también individualmente a cada miembro del grupo). Destacar que el peso de la nota del tutor es del 30% nota global del TFM para todas las modalidades.

En el portal de evidencias se pone a disposición de los evaluadores las rúbricas que deben rellenar tanto el tribunal como el tutor para evaluar cada TFM.

Para que los alumnos tengan claro en todo momento que se espera de él y del TFM tienen a su disposición desde el primer día de curso una guía de cómo elaborar el TFM, en el que se distingue entre cómo elaborar un trabajo de investigación y cómo elaborar un trabajo más de ámbito profesional. Adicionalmente el participante es conocedor en todo momento de cómo se evaluará el TFM (detallado por ítems) y también del peso de cada ítem en la nota final del trabajo.

Adicionalmente y para asegurar el cumplimiento de los objetivos marcados por el TFM se hace firmar tanto a tutor como a alumno una carta de compromiso que clarifica el papel de cada uno de ellos en el desarrollo del TFM. Sin duda, este hecho facilita desde el momento cero la relación y favorece un mejor resultado final.

El principal ítem del TFM consiste en que el alumno demuestre que es capaz de aplicar en la práctica los conocimientos adquiridos y tiene la capacidad para explicarlos con suficiencia.

El Director Académico del curso dedica una sesión específica para explicar las claves para desarrollar un buen TFM y para clarificar dudas.

Todos lo explicado anteriormente facilita que los resultados obtenidos en el TFM sean altamente positivos y permitan asegurar a la dirección académica que los objetivos docentes marcados y competencias sean adquiridos con suficiencia y con el nivel MECES requerido.

Desde la Dirección Académica, consideramos que este proceso satisface tanto las expectativas del alumno como el necesario proceso de asimilación de competencias asociadas al TFM. Muestra de ello son las encuestas realizadas a los participantes en lo que se refiere a TFM. En las tablas se muestran los resultados para el curso académico 2015-2016 (últimos datos disponibles en base a encuestas) y el % de superación.

Valoración el TFM por parte del participante	Globalmente	Ha cumplido las expectativas	Disponibilidad del tutor
Excelente	70,00%	63,75%	83,75%
Bien	27,50%	36,25%	15,00%
Regular	2,50%	0,00%	1,25%
Deficiente	0,00%	0,00%	0,00%

Trabajo Final de Máster	Excelente	Notable	Otras
Nota obtenida por el participante	78,26%	18,84%	2,9%

En las citadas encuestas de satisfacción, se encuentran comentarios “cualitativos” muy positivos y que creemos son relevantes, destacando principalmente en 3 tipologías diferentes:

- Disponibilidad del tutor:** “profesorado muy cercano”, “disponibilidad absoluta del tutor”, “el tutor siempre está disponible para cualquier tema”, “muy buena actitud y predisposición del tutor”, “Tutor siempre disponible y atento”, etc....
- Materia “agregadora” del máster:** “consolida conocimientos”, “engloba lo aprendido”, “se puede aplicar todo lo visto en el máster”, “se aplicaron todos los conocimientos vistos en el máster”, “integrador de conocimientos”, etc....
- Aplicabilidad práctica:** “a destacar la aplicación práctica de contenidos”, “aplicabilidad práctica en el mundo laboral”, “favorece la integración de personas para un objetivo común”, etc.

En relación con las prácticas profesionales:

La Dirección Académica se muestra satisfecha con los resultados alcanzados por los estudiantes con las prácticas profesionales ya que pone de manifiesto el nivel de formación esperado tanto en el programa como en los niveles especificados en el Marco Español de Cualificaciones para Educación Superior. Ver los resultados detallados aquí resumidos en el portal de evidencias.

Para asegurar la fiabilidad de este proceso de aprendizaje, tanto el tutor externo como el alumno realizan un informe final de evaluación de las prácticas, hecho que permite junto con el citado seguimiento continuo por parte del tutor interno detectar las empresas más idóneas de cara a posteriores años académicos. El Director Académico, de acuerdo con estos dos informes, evalúa la asignatura de prácticas profesionales.

A nivel más concreto, el tutor externo evalúa la tarea desempeñada en el lugar de trabajo teniendo en cuenta competencias técnicas y generales del alumno en prácticas, valorando aspectos como la capacidad de desarrollo de las tareas encomendadas, la capacidad de organización y gestión, la

adaptabilidad, la flexibilidad o la capacidad de análisis.

El alumno en prácticas evalúa la empresa de acogida, el proyecto y las tareas que se le han asignado, la posibilidad de aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos en la titulación, así como de mejorar sus capacidades.

Las entidades que participan como centro de prácticas son muy adecuadas para el desarrollo profesional y mejorar la empleabilidad de los estudiantes. El criterio de selección de las empresas se realiza en función de su relación directa con los contenidos del Máster y de acuerdo con las opciones que puedan tener los estudiantes para poner en práctica las competencias que van adquiriendo. Para ello, el Servicio de carreras profesionales recibe las peticiones y, junto con el director académico del título, valoran las tareas prevista. Se tiene en cuenta también que sean empresas de diversos sectores. Como muestra bancario (Caixabank SA, Banc Sabadell SA, Banco Santander SA, Deutsche Bank SAE,..) distribución y gran consumo (Danone SA, LIDL Supermercados, Unilever SA, Pyrennes SA, Ferrero Ibérica SA, Condis Supermercats SA,..) Servicios y *utilities* (Gas Natural SDG, Everis BPO SL,)... entre muchas otras. Como podrá observarse en el portal de evidencias, el listado de empresas es variado y extenso, lo que demuestra la relación estrecha y duradera que mantiene el Centro con el tejido empresarial.

Es importante destacar el elevado grado de satisfacción de empleadores, aspecto que se demuestra en el elevado grado de repetición y fidelización de empresas que solicitan alumnos en prácticas y en las encuestas a empleadores. Evidencia de ello es la altísima nota que obtienen los alumnos del programa que han cursado prácticas cuando son evaluados por los empleadores.

El resultado de las prácticas desarrolladas por el participante ¿ha sido satisfactorio?:	¿Si tuvieras que incorporar un nuevo profesional en tu equipo de trabajo, considerarías la candidatura de este participante?	¿Repetirías la experiencia de acoger un nuevo participante de este curso?
8,46 sobre 10	Si en un 88,03%	Si en un 96%

Se puede observar que el participante recibe una nota media de 8.46 sobre 10 en cuanto a satisfacción general con el alumno en prácticas. El 88.03% consideraría la candidatura del alumno para incorporarlo a su organización si tuviese una vacante y un 96% de los empleadores acogería de nuevo un alumno del programa en prácticas en su organización.

Estas evidencias demuestran que los alumnos del programa han adquirido las competencias exigidas en el Máster y están preparados para el entorno profesional (objetivo general y principal del programa).

En relación con el grado de satisfacción de los estudiantes con las prácticas, (en términos agregados e independientemente de la modalidad) observamos que en un 90.2% los alumnos que han realizado prácticas lo recomendarían a un compañero y que, puntuando de 0 a 10, las prácticas obtienen una muy alta calificación (8.02) en cuanto a utilidad, aplicabilidad práctica (7.59) y adecuación con el nivel de formación.

Las tareas asignadas han sido adecuadas a mi nivel de formación	Las prácticas asignadas me han permitido aplicar los conocimientos y herramientas adquiridos en el Máster/Postgrado	Dentro del marco de mi formación, considero que estas prácticas me han sido útiles	¿Aconsejarías a algún compañero de su curso realizar estas Prácticas Profesionales?
7,70 sobre 10	7,59 sobre 10	8,02 sobre 10	SI en un 90,2%

Es de alta relevancia destacar el alto grado de satisfacción con las prácticas tanto de alumnos como de empleadores. Para la Dirección Académica, este hecho es fruto de un buen proceso de selección y de un buen trabajo coordinado entre Dirección Académica, profesorado y alumnado, con las metodologías correctas y que permiten crear o potenciar perfiles que tienen un muy buen encaje en empresa.

Ya para finalizar con el apartado de prácticas profesionales, se adjunta tabla donde se pone de manifiesto el alto porcentaje de superación y la baja tasa de abandono.

Prácticas profesionales	Excelente	Notable	Otras
Nota obtenida por el participante	48,3%	50,9%	0,9%

Así pues, a modo de conclusión y resumen para este apartado 6.1 indicar el altísimo grado de satisfacción de los alumnos con respecto al Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa independientemente de la modalidad escogida (presencial, semipresencial u online). Este hecho se demuestra con el indicador de recomendación, llegando éste al 100% de recomendaciones en la edición 2015-2016. Igualmente, ya se incluyen los indicadores disponibles de recomendación del curso 2016-2017 para corroborar la buena tendencia del Máster.

Recomendarían el programa	Presencial	Semipresencial	Online
2014-2015	100%	97,2%	100%
2015-2016	100%	100%	100%
2016-2017	100%	100%	No disponible

Estos datos, que valoramos muy positivamente, junto con las opiniones de los empleadores y el reconocimiento recibido por el sector nos animan a seguir trabajando en la mejora constante de la titulación.

6.2. Las actividades formativas, la metodología docente y el sistema de evaluación son adecuados y pertinentes para garantizar el logro de los resultados de aprendizaje previstos

Las actividades de formación, las metodologías utilizadas y el sistema de evaluación desarrollados en la titulación se consideran acordes y pertinentes para el alcance de los resultados de aprendizaje.

a) Actividades formativas y metodologías habituales en la docencia

Para la adquisición de los resultados de aprendizaje esperados y las competencias previstas en la memoria del programa se utilizan diversas actividades formativas con el objetivo de motivar e involucrar al máximo al alumno en su proceso de aprendizaje. En este sentido y al poder realizarse el Máster en diferentes modalidades (presencial, semipresencial y online) las posibilidades son muy diversas.

- 1) Clases magistrales: actividades en aula que permiten la adquisición de conocimientos teóricos imprescindibles para un buen desempeño profesional futuro.
- 2) Prácticas internas: en algunas asignaturas se trabajan en aula de informática herramientas específicas, muy utilizadas en empresa, con un doble objetivo: primeramente, que el alumno adquiera habilidades y competencias instrumentales y segundo, facilitar la integración futura del alumno en el mundo profesional real.
- 3) Simulaciones de empresa: se ofrece a los alumnos la posibilidad de poner en práctica sus conocimientos y su capacidad para tomar decisiones en un entorno cambiante y dinámico para potenciar sus habilidades en el proceso de toma de decisiones y que aprendan que, en muchos casos, los resultados de sus decisiones no dependen solamente de su decisión individual, sino que son influenciados por la evolución de variables no controlables directamente por la empresa.
- 4) Conferencias: puntualmente y en caso de que se presente la oportunidad, se invita a conferenciantes internacionales que estén visitando la Universidad Pompeu Fabra a dar una conferencia a los alumnos del programa. Estos conferenciantes invitados, todos de primer nivel internacional, ofrecen una visión actual de las últimas tendencias/novedades en contabilidad-finanzas. Estas ponencias permiten a la dirección académica detectar oportunidades de mejora e innovación en el programa y al alumno estar al día de los últimos avances en el área.
- 5) Congresos: gracias al convenio firmado con ACCID (Asociación Catalana de Contabilidad y Dirección), se da acceso de forma absolutamente gratuita a los alumnos en el programa al congreso anual de la Asociación (que este 2017 se celebra en Barcelona durante el mes de junio). Se considera este congreso ideal para los alumnos del máster ya que es un congreso "mixto" entre perfiles profesionales y perfiles académicos y cuyo objetivo es poner en contacto Universidad y Empresa y a profesionales con alumnos. Fomentar relaciones y buenas prácticas debe ser, y es, uno de los objetivos principales del máster. Adicionalmente, el convenio firmado, da acceso gratuito a conferencias realizadas por ACCID independientemente del congreso.

- 6) Trabajos en grupo: Actividades en grupos reducidos, normalmente fuera de aula para potenciar competencias tales como el trabajo en grupo, el aprendizaje autónomo, el aprendizaje basado en la resolución de problemas y la puesta en práctica de los conceptos teóricos aprendidos en clase.
- 7) Método del caso: Sin duda es la metodología estrella del programa y el pilar principal de aprendizaje del programa. En el máster creemos que la forma más efectiva de generar conocimiento al alumno y de fomentar las competencias básicas para que este se enfrente un futuro a un entorno profesional real, es ponerlo enfrente de diferentes situaciones y casos prácticos reales para que éste tome sus decisiones. La apuesta firme por esta metodología de aprendizaje práctica se materializa en los pesos de que se otorgan las actividades prácticas (casos, trabajos, presentaciones y TFM) por encima de metodologías de evaluación más conceptuales como los exámenes.
- 8) Presentaciones en público: es práctica habitual del programa que los casos prácticos se expongan en público para generar el máximo debate y maximizar el resultado del aprendizaje vía debate. En aquellos casos prácticos que lo permitan se fomentan las presentaciones con ponente y contra ponente ayudando esta metodología no solo mejorar habilidades comunicativas sino también a potenciar la defensa de tus argumentos, la capacidad de análisis y la capacidad para anticiparte a las posibles argumentaciones contrarias. En este sentido ayuda a profundizar mucho más en el análisis y a sacar el máximo rendimiento/aprendizaje a cada caso. Recordar que no solo se presentan en público algunos casos, sino que también se hace defensa pública del TFM ante tribunal de profesores del máster.
- 9) En lo que se refiere a aspectos específicos del online, destacar que para obtener las competencias marcadas y dadas las peculiaridades no presenciales de la modalidad, se incorporan las metodologías de aprendizaje diferentes del presencial que a continuación se detallan:
 - a. Diseño de mapas conceptuales: Resumen visual, con relaciones causa/efecto de los principales conceptos a tratar en la materia. Es previo al inicio de la materia y ayuda al participante a situarse conceptualmente antes de entrar en contenido.
 - b. Kaltura: herramienta para mantener el contacto visual con los alumnos en los espacios de debate. Tiene un efecto positivo en la participación en estos eventos.
 - c. Glosario de términos por materia.
 - d. Videos de presentación por parte del profesor y/o videos para remarcar conceptos clave de la materia.
 - e. Presentación de algunos casos y TFM en video. Ayuda a desarrollar la competencia presentación en público así como desarrolla la creatividad y habilidades digitales del participante.
 - f. Foros de debate de temáticas y noticias de actualidad.
 - g. Tutorías personalizadas. Cada alumno tiene asignado un tutor que debe dar respuesta en un máximo de 48 horas.
 - h. Materiales no solo en PDF (Moodle) sino también en formato virtual en html con esquema de navegación.

b) Prácticas externas

Las prácticas externas tienen una duración mínima de 150 horas, aunque lo normal es que se acaben firmando convenios con las empresas de unas 600 horas, siendo la duración habitual de unos 5-6 meses. Es condición necesaria que la empresa acepte que las prácticas se desarrollen en horarios que no impidan al alumno asistir a clase y que en ningún caso impidan que el alumno tenga disponibilidad para un buen seguimiento académico del programa. El Servicio de Carreras de la Barcelona School of Management pone a disposición del alumno, mediante una plataforma virtual, las ofertas derivadas de los convenios firmados con las diferentes organizaciones, siendo el alumno el que aplica en función de sus preferencias. En algunas ocasiones son los alumnos los que proponen y se buscan sus propias prácticas. La oferta es siempre y en todo caso valoradas por la Dirección académica (adecuación de tareas planificadas, horarios, etc....), y en caso de ser validadas, sujetas a la firma del convenio y a las condiciones anteriormente indicadas (que no perjudiquen asistencia ni pongan en peligro rendimiento académico). Las prácticas tienen como finalidad desarrollar con plenitud y a nivel práctico las competencias que se van adquiriendo a lo largo del programa, resultando un gran complemento al aprendizaje desarrollado en aula.

c) Trabajo Final de Máster

Paralelamente al desarrollo en aula del máster, y tras unas semanas de adaptación al día a día del programa, se empieza a trabajar el TFM. Los propios alumnos proponen el tema presentando a la Dirección del programa una propuesta de trabajo e índice. Unos días después de la fecha límite se reúnen los directores del programa para validar o realizar comentarios a la propuesta con la finalidad de que ésta se ajuste en contenidos y competencias a las requeridas por el TFM. Cuando la propuesta es definitiva y ha sido validada por la dirección, se asigna a cada proyecto un tutor, que será el encargado de apoyar en el desarrollo del día a día del proyecto. Las condiciones de la relación entre tutor y tutorizado están descritas en la carta de compromiso firmada por ambas partes. La dirección académica está en contacto permanente con los tutores de TFM para garantizar un correcto desarrollo del proyecto y para analizar el desarrollo de cada TFM y garantizar un resultado final acorde a lo requerido. El tutor del TFM rellena una rúbrica que representa un 30% de la nota del TFM y en la que puntúa detalladamente los ítems "desarrollo del trabajo" y "resultado final". Finalmente, el TFM es valorado ante tribunal de 3 profesores del máster doctores. La evaluación se hace personalizada pudiendo diferir la nota entre diferentes componentes del grupo en función de cómo presenten, como respondan a las preguntas del tribunal o el grado de implicación en el desarrollo del trabajo (el tutor del TFM valora también individualmente a cada miembro del grupo). Ver las rúbricas del tutor y del tribunal en el portal de evidencias.

d) Evaluación

Como se ha comentado en el apartado 6.1, los criterios de valoración son acordes con los especificados en la memoria del programa a la vez que coherentes con la filosofía de la dirección del programa. En todas las metodologías se intenta primar porcentualmente el peso la aplicación práctica (discusión de casos prácticos, presentaciones en público, trabajos en grupo, TFM, prácticas en empresas...) por encima de la evaluación memorística y conceptual típica de los exámenes.

El sistema de evaluación prima en este sentido, la adquisición de competencias por encima de la adquisición de conceptos.

El sistema de evaluación dispone de diferentes pesos (%) en función de la modalidad que permite asegurar la adquisición de competencias, siempre acordes con la Memoria Oficial del programa, y se compone de los siguientes ítems:

- a. **Exámenes:** en el caso del Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa se trata de exámenes conceptuales que aseguran que los conocimientos mínimos de cada asignatura han sido adquiridos por el alumno.
- b. **Casos prácticos/trabajos de asignatura:** se trata de uno de los ítems de valoración principales del máster. El profesor de la asignatura se asegura de que el alumno sabe aplicar en la práctica los conceptos teóricos adquiridos, posee capacidad de aprendizaje y pensamiento crítico, sabe afrontar problemas, sabe trabajar en equipo y es capaz de defender sus argumentos en público (es habitual la presentación pública de casos). En cada asignatura del programa se han de desarrollar casos prácticos y en muchas de ellas trabajo final de asignatura.

Se hace uso de los exámenes como herramienta para controlar que se han adquirido los conceptos básicos de cada materia.

Nunca se pierde de vista, tal y como se especifica en la memoria, que el objetivo general del programa implica preparar profesionales competentes para que puedan desenvolverse en su entorno de trabajo y más concretamente, en departamentos contable-financieros.

En este sentido, destacar que, según la opinión de los empleadores, el perfil de los alumnos salidos del Máster y su desempeño en la empresa son claramente satisfactorios independientemente de la modalidad (un 96% de empleadores volvería a acoger a un estudiante del máster en prácticas, un 88% consideraría incorporarlo a su plantilla y de media, los participantes obtienen una nota de 8.46 sobre 10 en cuanto a satisfacción con el trabajo realizado en las prácticas). Este hecho evidencia la idoneidad de la metodología, del sistema de evaluación de las competencias adquiridas y de los procesos de selección de alumnos previo al inicio del programa.

Adicionalmente, comentar que a la vez que se consigue el objetivo de preparar a profesionales competentes para la empresa, la Dirección cuida la satisfacción del participante. En concreto y para las asignaturas seleccionadas los estudiantes se han mostrado altamente satisfechos con la metodología docente y los sistemas de evaluación tal y como se puede apreciar en el portal de evidencias. A modo de resumen recogemos en la siguiente tabla los datos más relevantes sobre la satisfacción global de los estudiantes.

	Excelente	Bien	Otras (NS/NC, regular)
Consolidación (presencial)	77%	22%	1%
Análisis de Empresas II (presencial)	75%	24%	1%
Dirección Financiera (semipresencial)	67%	36%	0%
Nuevos instrumentos Financieros (online)	17%	67%	17%
TFM	70,00%	27,5%	2,50%
NOTA MEDIA			
Prácticas profesionales (utilidad)	8,02		

Satisfacción del alumno con la actividad docente

El Máster alcanza un elevado grado de satisfacción general tanto en lo referente a la experiencia formativa global (como se vio en el apartado 6.1) como en la opinión del alumno sobre el profesorado, al que considera altamente preparado, disponible para el participante y altamente competente. En este sentido, prácticamente el 100% de los participantes en el programa durante las ediciones 2014-2015 y 2015-2016 consideran el profesorado como bueno o excelente.

Calidad del profesorado (bueno o excelente)	Presencial	Semipresencial	Online
2014-2015	98%	100%	100%
2015-2016	100%	100%	100%

En el portal de evidencias se puede observar también en detalle que, si analizamos en conjunto a todos los alumnos que han pasado por el programa independientemente de la modalidad de estudio escogida, en la edición 2014-2015 un 64.7% consideraba al profesorado excelente mientras que en la 2015-2016 ese porcentaje se incrementa hasta el 94.2%. Esta evidente mejora creemos es fruto de la implantación de pequeños ajustes en algunas asignaturas, de acuerdo con algunos comentarios detectados en las encuestas de participación de los alumnos que luego fueron comentadas por la Dirección Académica con los profesores de las materias afectadas.

Comentar adicionalmente que con los datos disponibles de la evaluación de la calidad (de la edición en curso 2016-2017), podemos corroborar la continuidad de estos indicadores de excelencia.

6.3. Los valores de los indicadores académicos son adecuados para las características de la titulación.

En lo referente a los indicadores académicos tanto la Dirección Académica como el Centro se muestran muy satisfechos con las evidencias y los indicadores ya que ponen de manifiesto la idoneidad de la titulación y muestran una clara mejora continua del programa.

En lo referente a las tasas de rendimiento, abandono y graduación destacar de nuevo que estos indicadores adquieren valores de excelencia que se sitúan muy por encima de los valores medios publicados en el informe Datos y Cifras del sistema universitario español publicado por el Ministerio de Educación donde la tasa de abandono se sitúa para másteres de un año de duración en el 22% y la tasa de rendimiento rondando el 90%.

	<i>presencial</i>		<i>semipresencial</i>		<i>online</i>	
	<i>2014-15</i>	<i>2015-16</i>	<i>2014-15</i>	<i>2015-16</i>	<i>2014-16</i>	<i>2015-17</i>
Tasa de rendimiento	100%	99%	97,5%	100%	98,6%	98,8%
Tasa de abandono	0%	2,5%	2,5%	0%	4,5%	7,7%
Tasa de graduación	100%	98,6%	97,5%	100%	95,5%	No Disp

Estos indicadores tan positivos son fruto de un proceso de evaluación continua del participante, con seguimiento individualizado por parte de la Dirección académica, y que permite corregir y buscar soluciones inmediatas a posibles desviaciones en la trayectoria académica de cada alumno en caso de que sea necesario. La trayectoria académica (notas) está monitorizada casi a tiempo real (se intenta que casos, trabajo y exámenes estén corregidos en un máximo de 7-10 días) lo que reduce el tiempo de reacción en el caso de que se detecte algún aspecto sobre el que se deba actuar. El Director Académico es el encargado de hacer este seguimiento de forma que, en caso de retraso en la corrección de algún ítem, se pone en contacto de inmediato con el profesor. También es clave en la obtención de estos valores de rendimiento/graduación una óptima selección de los alumnos para obtener el perfil idóneo. Como se ha explicado en el apartado de perfil del estudiante, a este proceso la dirección académica le dedica mucho tiempo por ser un aspecto clave.

Con los datos disponibles de la evaluación de la calidad (de la edición en curso 2016-2017), podemos corroborar la continuidad de estos indicadores de excelencia.

Referente a las notas globales del Máster, en la modalidad presencial, si observamos la tabla de recogida de notas de las asignaturas aportadas en el portal de evidencias, podemos ver que en la mayoría de asignaturas las notas de los alumnos están situadas entre el excelente y el notable. Solo encontramos un caso de aprobado en dos asignaturas (Control interno y Gestión Presupuestaria y Control). En ninguna de las asignaturas encontramos casos de alumnos suspendidos. Este hecho es debido a la clara orientación práctica del programa, la selección de alumnos altamente motivados y la calidad del profesorado ya puesta de manifiesto en el informe.

La metodología aplicada para conseguir las competencias requeridas implica una evaluación continua y supervisada en todo momento por parte de la coordinación del programa y los profesores de asignatura. La entrega de casos prácticos semanales y trabajos finales de asignatura son los que aseguran los buenos resultados de los participantes y permiten observar que académicamente se han conseguido los objetivos de aprendizaje marcados. Recordar que, en todas las casuísticas, la entrega de casos prácticos y trabajos supera el 50% de la evaluación de la asignatura, no superando en ningún caso los exámenes el 30% de la nota global de asignatura.

No obstante, comentar que hay un caso excepcional de un participante no presentado en algunas asignaturas. Aun así, la tasa de superación sigue siendo alta en todas las asignaturas del estudio, estando por encima del 98,6%, y bajando la tasa de abandono a un porcentaje menor del 1,4%.

En la modalidad semipresencial encontramos valores similares a la modalidad presencial en cuanto a porcentaje de alumnos que obtienen calificaciones entre notable y excelente. Sin embargo, en esta modalidad existe un porcentaje mayor de aprobados en las diferentes materias. Este hecho puede venir dado por el perfil del alumno matriculado en esta modalidad (de perfil ligeramente más profesional). Igual que en la modalidad presencial, en esta modalidad la metodología aplicada es la que asegura estos buenos resultados de los participantes. En esta modalidad, igual que en la presencial, prima la parte práctica (casos y trabajos) por encima de la evaluación conceptual requerida en los exámenes. Los resultados obtenidos se consideran altamente satisfactorios. En consecuencia, la tasa de superación y abandono es del 100% y del 0% respectivamente.

Finalmente, en la modalidad online, la mayoría de notas se sitúan en el excelente y el notable y hay algunos casos de aprobados. En esta modalidad encontramos un caso de un alumno con suspenso en tres asignaturas y en el Trabajo de Fin de Máster. Este caso en concreto se debe a problemas laborales, con puntas de trabajo y la imposibilidad de dedicar el número de horas necesarias al estudio. Dicho participante inició el curso con normalidad y fue en las asignaturas finales donde se puso de manifiesto el citado cambio en su situación laboral. El participante se matriculó en las asignaturas suspendidas en la edición posterior del programa. Exceptuando el citado caso, las tasas de abandono y superación siguen siendo muy positivas. El abandono se sitúa en el 0% y la superación por encima del 96,15%.

Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa

6.1. Los resultados de aprendizaje alcanzados se corresponden con los objetivos formativos pretendidos y con el nivel del MECES de la titulación.

En el caso del Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa los resultados de aprendizaje se corresponden con los objetivos formativos y con el nivel del MECES, tal y como pretendía el diseño del plan de estudios. A lo largo del despliegue de la titulación, incluidas las modificaciones comentadas en el apartado 1.2, se ha ido comprobando que los alumnos han alcanzado los niveles y las competencias pretendidas en la memoria verificada.

La selección de asignaturas, el TFM y las prácticas que detallamos a continuación se ha realizado de forma que permita observar el alcance por parte de los alumnos de las competencias básicas, así como también las específicas. Las tres asignaturas se han seleccionado en base al peso de su módulo sobre el total del Máster de acuerdo con la Resolución de 12 de junio de 2012 del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Se ha tenido en cuenta también el hecho de escoger una asignatura impartida por docentes profesionales (el ICAC requiere que el módulo de auditoría tenga una participación muy significativa de auditores) y dos impartidas por profesores doctores.

Creemos que los datos de empleabilidad que se mostrarán posteriormente, la satisfacción de los estudiantes (y de los ex estudiantes, que puede observarse en el punto 6.4) y la satisfacción de los empleadores muestran que los resultados del aprendizaje planteados al iniciar el Máster se cumplen. Para conseguirlo, se valora en cada asignatura una serie de competencias específicas (por ejemplo, la capacidad de detección de incumplimiento de los Principios Contables Generalmente Aceptados) y una serie de competencias generales (por ejemplo, que los estudiantes sean capaces de comunicar sus conclusiones y conocimientos). Los estudiantes, por lo tanto, superan la asignatura si alcanzan las competencias previstas. Estas competencias son evaluadas mediante exámenes, trabajos dentro y fuera del aula, exposiciones, etc. A continuación, para cada asignatura seleccionada, podrá observarse:

- Profesores que la imparten
- Contenidos
- Competencias Generales
- Competencias Específicas
- Resultados del aprendizaje
- Cómo se valoran las competencias
- Resultados alcanzados por los alumnos (notas)
- Satisfacción de los alumnos con la asignatura
- Satisfacción de los alumnos con el/los profesor/es

En este sentido, las asignaturas escogidas han sido:

l) Normas y Procedimientos de Auditoría. Es una de las asignaturas obligatorias de acuerdo con la resolución del ICAC, que pide que el módulo de auditoría tenga la participación mayoritaria de auditores. Es una de las asignaturas con más peso en el Máster (10 ECTS) y por lo tanto ha sido escogida en una de las modalidades como asignatura paradigmática.

- o Profesores: La asignatura ha sido impartida mayoritariamente por:

- Aceytuno Mas, Juan Ramon. Socio de auditoría en KPMG.
 - Bellobí Girona, Jordi. Socio de BDO hasta 2011. Actualmente socio de Argentum.
 - Capilla Vidal, Julio. Responsable de la oficina de Baleares de RSM Gassó.
 - Coll Collet, Emili. Socio de auditoría en ACTIVA.
 - Gaitán Giménez, David. Director de auditoría en KPMG.
 - Martí Tarancon, Josep. Socio de auditoría en EY.
 - Olcina Sargatal, Enric. Socio de forensic en KPMG.
 - Perramon Costa, Jordi. Director del Máster, profesor de la UPF y la BSM, profesor acreditado por ANECA y AQU.
 - Soler Villa, Rosalía. Socia de auditoría en EY.
 - Soligó, Gemma. Socia de auditoría en Grant Thornton.
- Contenidos: Los contenidos principales que se imparten en la asignatura son los siguientes:
- Detección de incumplimientos de los Principios Contables Generalmente Aceptados en las cuentas de activo, pasivo y en las cuentas de Pérdidas y Ganancias.
 - Efecto de los incumplimientos detectados sobre el informe de auditoría.
 - Análisis y evaluación práctica de las últimas Resoluciones del ICAC sobre las normas de carácter general, técnico y de redacción de informes.
 - Incumplimiento de las normas y procedimientos de auditoría y régimen sancionador del ICAC. Análisis de las últimas resoluciones del ICAC.
- Competencias:

A nivel general, las competencias que desarrolla el módulo son las siguientes:

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas.
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas, también en entornos nuevos o poco conocidos.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información determinada.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y conocimientos.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje suficientes.

A nivel específico, las competencias que desarrolla el módulo son las siguientes:

- Emitir una opinión sobre la fiabilidad de las Cuentas Anuales emitidas por una empresa, de acuerdo con la normativa española y, si es el caso, las normas internacionales de auditoría.
- Contrastar que el Control Interno implementado por la empresa es eficiente y adecuado de acuerdo con la normativa del ICAC
- Identificar los criterios marcados por el ICAC para el acceso a la profesión de Auditoría de Cuentas.
- Calificar el control de calidad de una Auditoría de Cuentas, así como la ética e independencia del auditor.

Entre las competencias específicas del módulo de auditoría, la más importante en la asignatura de “Normas y Procedimiento de Auditoría” es sin duda que, a partir de la detección de errores o incumplimientos contables por parte de la empresa (mediante la aplicación de unas normas de auditoría generalmente aceptadas), el participante sepa valorar la fiabilidad de sus Cuentas Anuales.

- Resultados del aprendizaje: Los resultados principales del aprendizaje al acabar el módulo son:
 - Detección de incumplimientos de los Principios Contables Generalmente Aceptados en las cuentas de activo.
 - Detección de incumplimientos de los Principios Contables Generalmente Aceptados en las cuentas de pasivo.
 - Detección de incumplimientos de los Principios Contables Generalmente Aceptados en las cuentas de Pérdidas y Ganancias.
 - Efecto de los incumplimientos detectados sobre el informe de auditoría.

Como se observará posteriormente, las competencias y los resultados del aprendizaje son valorados mediante exámenes y trabajo dentro y fuera del aula.

II) Consolidación. Es una de las asignaturas clave del módulo de “Marcos Normativos de la Información Financiera Aplicable en España” que, juntamente con el módulo de auditoría, es el que tiene mayor peso del programa. La asignatura tiene un peso de 3 ECTS y es obligatoria.

- a) Profesor: La asignatura ha sido impartida mayoritariamente por el Dr. Josep Lluís Boned, profesor de la UPF BSM.
- b) Contenidos: Los contenidos principales que se imparten en la asignatura son los siguientes:
 - Relevancia de la consolidación de balances en los casos de grupos de empresas.
 - Normas para la formulación de las cuentas anuales consolidadas.
 - Formulación de cuentas consolidadas de corporaciones y grupos de empresas.
 - Comparación con la normativa internacional.
 - Actuaciones del auditor en la formulación de informes de auditoría de las cuentas anuales consolidadas.

c) Competencias:

A nivel general, las competencias que desarrolla el módulo son las siguientes:

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas.
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas, también en entornos nuevos o poco conocidos.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información determinada.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y conocimientos.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje suficientes.

A nivel específico, las competencias que desarrolla el módulo son las siguientes:

- Reflejar los hechos contables relacionados con la compañía en sus estados financieros (consolidados).
- Emitir las cuentas anuales de la compañía, ya sean individuales o consolidadas, con la normativa española o con las Normas Internacionales de Información Financiera.

- Las competencias específicas de la asignatura, por lo tanto, se basan en aquello que específicamente trata la emisión de estados financieros consolidados y contabilización de hechos contables y ajustes previos a dicha emisión.

d) Resultados del aprendizaje: Los resultados principales del aprendizaje al acabar el módulo de “Marcos Normativos de la Información Financiera Aplicable en España” son:

- Contabilización de operaciones de acuerdo con el Plan General de Contabilidad.
- Consolidación de estados financieros.
- Emisión de estados financieros en planes de contabilidad específicos como el de entidades financieras, de seguros, sin ánimo de lucro, entidades públicas y de situaciones concursales.

- Evidentemente, en aquello relacionado con la asignatura de “Consolidación”, el resultado del aprendizaje específico de la asignatura es el de “Consolidación de estados financieros”.

- Como se observará posteriormente, las competencias y los resultados del aprendizaje son valorados mediante exámenes y trabajo dentro y fuera del aula.

III) Derecho civil, mercantil, del trabajo y de la seguridad social. Forma parte del tercer módulo con más peso en el Máster: Materias Jurídicas (11 ETCS). La asignatura tiene un peso de 6 ECTS y es obligatoria.

a) Profesores: La asignatura ha sido impartida mayoritariamente por los siguientes profesores:

- Dr. Castañer Codina, Joaquim
- Dr. Gómez Ligüerre, Carlos
- Dr. Valle Muñoz, Francisco Andrés

b) Contenidos: Los contenidos principales que se imparten en la asignatura son los siguientes:

- Relación del derecho civil, mercantil, del trabajo y de la seguridad social con la profesión de auditoría de cuentas.
- Técnica extrajudicial civil.
- Técnica de los procesos declarativos civiles.
- Técnica notarial y del registro de la propiedad. Técnica de la contratación mercantil.
- Técnica del derecho cambiario. Técnica extrajudicial laboral y de la seguridad social.
- Técnica de los procesos laborales y de la seguridad social.

c) Competencias:

A nivel general, las competencias que desarrolla el módulo son las siguientes:

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas.

- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y conocimientos.

A nivel específico, la competencia más importante que desarrolla el módulo es la siguiente:

- Valorar los sucesos relacionados con el Régimen Jurídico en España en lo referente a derecho de sociedades y de gobernanza, concursal, fiscal, civil, mercantil y del trabajo y de la seguridad social en relación con los estados financieros de la empresa.

d) Resultados del aprendizaje: Los resultados principales del aprendizaje al acabar el módulo de "Materias Jurídicas" en lo referente a esta asignatura son:

1. Conocer el Régimen Jurídico en España, en lo referente a:
 - Derecho civil,
 - Derecho mercantil, y
 - Derecho del trabajo y de la seguridad social.
2. Relacionar la anterior normativa con los principios contables generalmente aceptados y proceder a su aplicación cuando el trabajo de auditoría así lo requiera.

Como se observará posteriormente, las competencias y los resultados del aprendizaje son valorados mediante exámenes y trabajo dentro y fuera del aula.

IV) El Trabajo Final de Máster cuenta con carga crediticia de 6 ECTS y es una de las asignaturas más importantes del programa. Son trabajos realizados individualmente o en grupo. Cada TFM es valorado por un tribunal de tres miembros (preferentemente doctores) que evalúan cada miembro en función de una rúbrica establecida previamente y disponible en el aula global y en la guía docente. Por lo tanto, la evaluación de dicho tribunal está perfectamente pautada mediante rúbricas que establecen la forma de evaluación. Independientemente que el trabajo se haga individualmente o en grupo, la evaluación se hace personalizada pudiendo diferir la nota entre diferentes componentes de un mismo grupo en función de cómo presenten, cómo respondan a las preguntas del tribunal o el grado de implicación en el desarrollo del trabajo (el tutor de la tesina valora también individualmente a cada miembro del grupo). En el portal de evidencias se pone a disposición de los evaluadores las rúbricas que deben rellenar tanto el tribunal como el tutor para evaluar cada TFM.

Para que el alumno tenga claro en todo momento que se espera de él y del TFM tienen a su disposición una guía de cómo elaborar el TFM en el aula global. El documento es coherente con lo que se especifica en la guía docente.

El principal objetivo del TFM consiste en que el alumno demuestre que es capaz de aplicar en la práctica los conocimientos adquiridos y tiene la capacidad para explicarlos con suficiencia.

El Director Académico del curso dedica varias sesiones de tutorías a lo largo del curso para explicar las claves para desarrollar un buen TFM y para clarificar dudas.

- a) Profesores: Los profesores encargados de tutorizar el TFM son prioritariamente aquellos con el título de doctor. Excepcionalmente otros profesores pueden tutorizar TFM si el tema es eminentemente profesional. La elección del tutor se realiza en una reunión de claustro dependiendo del tema escogido por los grupos, previo filtro de la Dirección del programa.

Los profesores susceptibles de tutorizar el TFM, por el hecho de haber impartido docencia y tener el título de doctor, son:

- Dr. Amat Salas, Oriol
- Dr. de Falguera Martínez Alarcón, Jordi
- Dr. Bagur Femenias, Llorenç
- Dr. Marin Anglada, Francisco
- Dr. Boned Torres, Josep Lluís
- Dr. Brun Lozano, Xavier
- Dr. Elvira Benito, Òscar
- Dr. Perramon Costa, Jordi
- Dr. Ros Guasch, Joan Anton
- Dr. Valle Muñoz, Francisco Andrés
- Dr. Bastida Vialcanet, Ramon
- Dr. Campa Planas, Fernando
- Dr. Gómez Ligüerre, Carlos
- Dr. Macho Pérez, Ana Belén
- Dr. Castañer Codina, Joaquim
- Dr. Raya Vilchez, Josep Maria
- Dr. Aguilà Batllori, Santiago
- Dr. Ginés Fabrellas, Anna
- Dr. Mir Rubio, Joan
- Dr. Daza Fernández, Vanesa

- b) Contenidos: A modo orientativo, el TFM puede focalizarse en alguno de los temas siguientes:

- Trabajos propuestos por los docentes del Máster, de tipo experimental y que guarden relación con las asignaturas impartidas.
- Trabajos científicos de revisión de la literatura centrados en diferentes campos relacionados con la titulación.
Trabajos prácticos, relacionados con la puesta en funcionamiento de alguno de los contenidos del Máster o el desarrollo de su aplicabilidad en las empresas.
- Excepcionalmente, otros trabajos no contenidos en las categorías anteriores. Dichos trabajos pueden ser propuestos por docentes o por los propios estudiantes y en todo caso deberán ser aceptados por los organismos que regulan el Máster.

- c) Competencias:

A nivel general, las competencias que desarrolla la asignatura son las siguientes:

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas.
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas, también en entornos nuevos o poco conocidos.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información determinada.

- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y conocimientos.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje suficientes.

A nivel específico, el TFM puede englobar cualquier tema impartido en el Máster y, por lo tanto, las competencias evaluadas habitualmente contienen varias competencias de las siguientes:

- Emitir una opinión sobre la fiabilidad de las Cuentas Anuales emitidas por una empresa, de acuerdo con la normativa española y, si es el caso, las normas internacionales de auditoría.
- Contrastar que el Control Interno implementado por la empresa es eficiente y adecuado de acuerdo con la normativa del ICAC
- Identificar los criterios marcados por el ICAC para el acceso a la profesión de Auditoría de Cuentas.
- Calificar el control de calidad de una Auditoría de Cuentas, así como la ética e independencia del auditor.
- Reflejar los hechos contables relacionados con la compañía en sus estados financieros.
- Emitir las cuentas anuales de la compañía, ya sean individuales o consolidadas, con la normativa española o con las Normas Internacionales de Información Financiera, tanto para la normativa general como para los otros marcos contables.
- Analizar los estados financieros emitidos por la compañía.
- Analizar los sistemas de costes, presupuestos y gestión de la compañía, así como los sistemas de valoración de empresas y los planes de viabilidad.
- Valorar los sucesos relacionados con el Régimen Jurídico en España en lo referente a derecho de sociedades y de gobernanza, concursal, fiscal, civil, mercantil y del trabajo y de la seguridad social en relación con los estados financieros de la empresa.
- Gestionar las herramientas básicas de la tecnología de la información y Sistemas Informáticos, tanto en lo referente a su arquitectura como en aquello relacionado con el control de los procesos, su seguridad y la prevención y detección de errores.
- Analizar los principios necesarios para gestionar financieramente una compañía, de acuerdo con los parámetros generalmente aceptados por la economía general y la economía financiera.

d) Resultados del aprendizaje: Los resultados principales del aprendizaje al acabar el TFM son:

- Profundizar en los contenidos del Máster desde una perspectiva global del temario.
- Aplicar los conocimientos adquiridos a un caso práctico concreto del ámbito empresarial.
- Exposición oral, mediante el examen del contenido ante un tribunal, de la metodología, resultados y conclusiones del trabajo.

V) **Prácticas Externas.** El programa contempla la posibilidad de realizar de prácticas externas no curriculares, característica muy bien valorada por los alumnos.

Las prácticas están dotadas de un sistema de doble tutorización: tutor interno (Dirección Académica del curso) y tutor externo (asignado por la empresa en la que el alumno desarrolla sus prácticas y encargado del seguimiento del día a día y aprendizaje del alumno). Este sistema permite asegurar que el alumno adquiera las competencias requeridas en la memoria poniendo en práctica sus conocimientos y habilidades en entornos laborales trabajando así todas las competencias (tanto básicas como específicas).

Las prácticas se realizan tanto en empresas de auditoría como en el ámbito de gestión financiera de empresas nacionales y multinacionales. Como puede observarse a continuación, la satisfacción tanto de los alumnos como de las empresas en aquello referente a las prácticas ha sido muy alta:

Valoración de los resultados en relación con las asignaturas:

La dirección académica se muestra satisfecha con los resultados alcanzado por los estudiantes en las asignaturas seleccionadas ya que ponen de manifiesto el nivel de formación esperado tanto en el programa como en los niveles especificados en el Marco Español de Cualificaciones para Educación Superior.

El programa está diseñado para que las asignaturas valoren las competencias generales y específicas indicadas anteriormente. Evidentemente, algunas competencias, sobre todo las específicas, pueden diferir entre asignaturas. A continuación, se detalla cómo se valoran las asignaturas escogidas, el grado de satisfacción de los estudiantes con la asignatura y el profesorado, y los resultados obtenidos.

En las diferentes muestras presentes en el portal de evidencias se puede observar:

- **Normas y Procedimientos de Auditoría** para el curso 15-16:

a) Valoración de competencias: Para determinar si los participantes han conseguido satisfactoriamente las competencias descritas en el apartado anterior en referencia a esta asignatura, se realizan los siguientes métodos de valoración:

i) Exámenes: Un 50% de la calificación de la asignatura viene dada por la nota de examen. Los exámenes ayudan a valorar las competencias específicas requeridas a los alumnos. Para asegurarnos que todas ellas han sido conseguidas se realizan distintos exámenes, de acuerdo con aquello expuesto anteriormente. El alumno solamente supera la asignatura si aprueba todas las pruebas realizadas, puesto que consideramos que si suspende una de ellas no se puede considerar que haya conseguido todas las competencias previstas. En concreto, para esta asignatura, los alumnos realizan los siguientes exámenes:

- Examen Marco Teórico y Normativo.
- Examen Inmovilizado Material e Intangible.
- Examen Inversiones financieras.
- Examen Existencias.
- Examen Neto Patrimonial.
- Examen Provisiones de Pasivo, Contingencias y Hechos Posteriores.
- Examen Clientes, ventas y revisión analítica.
- Examen Auditoría Fiscal.
- Examen Evasión de impuestos / Blanqueo de capitales.
- Examen Proveedores, compras y tesorería.
- Examen Auditoría en el marco de una Due Dilligence.
- Examen Informes de Auditoría.
- Trabajo adicional dentro y fuera del aula y presentación de los resultados obtenidos:

Los trabajos en grupo y las presentaciones, con las posteriores preguntas por parte del profesor, son las herramientas clave para la valorar las competencias generales, así como para complementar la nota del examen, que trabaja básicamente las competencias específicas. El profesor encarga un trabajo y valora dentro del aula como se desarrolla el grupo. Este tiene posteriormente que complementarlo con trabajo fuera del aula. El profesor puede evaluar de forma diferente los miembros de un mismo grupo si el nivel entre ellos ha diferido en la fase de trabajo dentro del aula o durante la exposición y defensa del trabajo.

En la asignatura, por lo tanto, los alumnos han tenido que trabajar competencias adicionales descritas anteriormente dentro y fuera del aula, y realizar posteriormente una presentación delante del profesor experto en la materia. Este ha valorado el grado de adquisición de las competencias anteriores para cada alumno, ponderando un 50% sobre la nota final de la asignatura.

- b) Superación de la asignatura: Como puede observarse en el portal todos los alumnos de esta asignatura estuvieron en la franja alta, consiguiendo notas entre el 7 y el 9. Por lo tanto, el porcentaje de superación de la asignatura fue del 100%.
- c) Satisfacción de los alumnos para la edición 15-16: Como puede observarse, los alumnos quedaron ampliamente satisfechos con la asignatura, obteniendo un 72,7% de excelentes y un 21,4% de bienes, agrupando entre ambas calificaciones un 94% de los participantes. En el cuadro también se detallan las valoraciones de los profesores de la asignatura, que, mayoritariamente, han sido excelentes.

	<u>Excelente</u>	<u>Bien</u>	<u>Otros (NS/NC; Regular)</u>
Valoración global de la asignatura de Normas y Procedimientos de Auditoría	72,70%	21,40%	5,90%
Valoración de los profesores			
Juan Ramon Aceytuno	64,70%	29,40%	5,90%
Jordi Bellobí	81,30%	18,70%	0%
Julio Capilla	70,60%	23,50%	5,90%
Emili Coll	62,50%	37,50%	0%
David Gaitán	68,80%	31,20%	0%
Josep Martí	23,50%	29,40%	47,10%
Enric Olcina	62,50%	31,30%	6,20%
Jordi Perramon	94,10%	5,90%	0%
Rosalía Soler	87,50%	12,50%	0%
Gemma Soligó	47,10%	41,20%	11,70%

- **Consolidación para el curso 15-16:**

- a) Valoración de competencias: Para determinar si los participantes han conseguido satisfactoriamente las competencias descritas anteriormente, se realizan los siguientes métodos de valoración:

i) Exámenes: Un 50% de la calificación de la asignatura viene dada por la nota de un examen que puede ser tipo test o de desarrollo de un ejercicio, dependiendo del criterio específico del profesor. Los exámenes ayudan a valorar las competencias específicas requeridas a los alumnos y, obligatoriamente, tienen que ser aprobados para superar la asignatura.

- ii) Trabajo adicional dentro y fuera del aula y presentación de los resultados obtenidos:

Los trabajos en grupo y las presentaciones, con las posteriores preguntas por parte del profesor, son las herramientas clave para la valorar las competencias generales, así como para complementar la nota del examen, que trabaja básicamente las competencias específicas. El profesor encarga un trabajo y valora dentro del aula como se desarrolla el grupo. Este tiene

posteriormente que complementarlo con trabajo fuera del aula. El profesor puede evaluar de forma diferente los miembros de un mismo grupo si el nivel entre ellos ha diferido en la fase de trabajo dentro del aula o durante la exposición y defensa del trabajo.

En la asignatura, por lo tanto, los alumnos han tenido que trabajar competencias adicionales dentro y fuera del aula, y realizar posteriormente una presentación delante del profesor experto en la materia. Este ha valorado el grado de adquisición de las competencias anteriores, ponderando un 50% sobre la nota final de la asignatura.

b) % Superación: Excepto casos aislados de abandono por motivos personales, el resto de la clase (un 99,3%), superó la asignatura. La distribución (números redondeados sin decimales) de notas fue la siguiente:

- Excelente: 42%
- Notable: 38%
- Aprobado: 19%
- No presentado: 1%

c) Satisfacción de los alumnos para la edición 15-16: Como puede observarse, los alumnos quedaron ampliamente satisfechos con la asignatura y el profesor que la imparte. El detalle puede observarse en la tabla siguiente:

	Excelente	Bien	Otros (NS/NC; Regular)
Valoración global de la asignatura de Consolidación	87,50%	6,20%	6,30%
Valoración del profesor			
Josep Lluís Boned	87,50%	6,20%	6,30%

• **Derecho civil, mercantil, del trabajo y de la seguridad social** para el curso 15-16:

a) Valoración de competencias: Para determinar si los participantes han conseguido satisfactoriamente las competencias anteriores, se realizan los siguientes métodos de valoración:

i) Exámenes: Un 50% de la calificación de la asignatura viene dada por la nota de un examen tipo test. Los exámenes ayudan a valorar las competencias específicas requeridas a los alumnos y, obligatoriamente, tienen que ser aprobados para superar la asignatura.

ii) Trabajo adicional dentro y fuera del aula y presentación de los resultados obtenidos:

Los trabajos en grupo y las presentaciones, con las posteriores preguntas por parte del profesor, son las herramientas clave para la valorar las competencias generales, así como para complementar la nota del examen, que trabaja básicamente las competencias específicas. El profesor encarga un trabajo y valora dentro del aula como se desarrolla el grupo. Este tiene posteriormente que complementarlo con trabajo fuera del aula. El profesor puede evaluar de forma diferente los miembros de un mismo grupo si el nivel entre ellos ha diferido en la fase de trabajo dentro del aula o durante la exposición y defensa del trabajo.

En la asignatura, por lo tanto, los alumnos han tenido que trabajar competencias adicionales dentro y fuera del aula, y realizar posteriormente una presentación delante del profesor experto en la materia. Este ha valorado el grado de adquisición de las competencias anteriores, ponderando un 50% sobre la nota final de la asignatura.

b) % Superación: Excepto el caso excepcional de abandono el Máster por motivos personales, el resto de la clase (un 99%), superó la asignatura. La distribución (números redondeados sin decimales) de notas fue la siguiente:

- Excelente: 5%
- Notable: 86%
- Aprobado: 5%
- No presentado: 1%

c) Satisfacción: Como puede observarse, los alumnos quedaron ampliamente satisfechos con la asignatura y los tres profesores que la imparten. Los resultados pueden observarse en la tabla siguiente:

	Excelente	Bien	Otros (NS/NC; Regular)
Valoración global de la asignatura de Derecho Civil, Merc. del trabajo y la SS	69,90%	28,10%	2,00%
Valoración de los profesores			
Joaquim Castañer	70,60%	24%	6%
Carlos Gómez	68,80%	25%	6%
Andrés Valle	76,50%	17,60%	5,90%

- **Prácticas Académicas Externas:** Como se ha comentado anteriormente, las prácticas profesionales no son obligatorias, aunque tienen una amplia acogida entre los participantes. A continuación, se puede observar el detalle de la satisfacción de estudiantes y empleadores con ellas para el curso 15-16:

Resultados de las encuestas realizadas a la empresa

El resultado de las prácticas desarrolladas por el participante ha sido satisfactorio:	¿Si tuvieras que incorporar un nuevo profesional en tu equipo de trabajo, considerarías la candidatura de este participante?	¿Repetirías la experiencia de acoger un nuevo participante de este curso?
8,90 sobre 10	SI en un 90%	SI en un 100%

Resultados de las encuestas hecha a los estudiantes en prácticas

Las tareas asignadas han sido adecuadas a mi nivel de formación	Las prácticas asignadas me han permitido aplicar los conocimientos y herramientas adquiridos en el Máster/Postgrado	Dentro del marco de mi formación, considero que estas prácticas me han sido útiles:	¿Aconsejarías a algún compañero de su curso realizar estas Prácticas Profesionales?:
8,80 sobre 10	8,90 sobre 10	9,1 sobre 10	SI en un 100%

Como puede observarse en las tablas anteriores, los estudiantes son capaces de aplicar a nivel práctico las competencias del Máster (sobre todo las específicas que se han descrito con anterioridad) y las empresas están satisfechas con ello. Por lo tanto, aunque las prácticas no son obligatorias, creemos que la satisfacción de estudiantes y empresas dan evidencia que las competencias generales y específicas se adquieren de forma que pueden aportar valor añadido a las empresas del sector.

- **Trabajo Final de Máster para el curso 15-16:**

La Dirección Académica se muestra satisfecha con los resultados alcanzados por los estudiantes en el Trabajo Final de Máster ya que pone de manifiesto el nivel de formación esperado tanto en el programa como en los niveles especificados en el Marco Español de Cualificaciones para Educación Superior. Los trabajos de TFM pueden realizarse en grupo o individualmente, aunque la nota siempre es individual.

En caso de que los trabajos se realicen en grupo, los miembros del mismo no tienen que obtener la misma nota necesariamente. En este efecto, existen distintos factores susceptibles de inducir a que la nota sea distinta entre ellos.

Entre ellos, cabe destacar:

- Valoración individual del tutor a partir de las reuniones realizadas.
- Fase de comunicación individual del TFM durante la exposición.
- Fase de defensa de la exposición oral del TFM a partir de preguntas concretas del tribunal.
- Posibilidad de comunicar al tutor si un miembro del grupo no está desarrollando su trabajo adecuadamente. Dicha incidencia deberá ser valorada por el tutor, pudiendo penalizar a este miembro del grupo en caso de que lo crea conveniente.

Por lo tanto, la nota entre los miembros de un mismo grupo puede diferir en función de la presentación, la defensa o la nota del tutor, que también es individual. Los tutores del TFM son preferentemente doctores y, como se ha indicado anteriormente, la asignación de cada TFM a cada tutor concreto depende del tema escogido por cada grupo y el ámbito de especialización de los distintos tutores. Los temas son escogidos por los distintos grupos previa recomendación y reunión con la Dirección Académica del Máster. En la reunión de claustro de finalización del primer trimestre se deciden los tutores de cada TFM y en función de los temas tratados, los grupos se ponen en contacto con ellos y empieza el trabajo de tutorización.

Asimismo, las temáticas de los trabajos se seleccionan en base a los criterios establecidos por las áreas académicas del Centro.

a) Valoración de competencias: Para determinar si los participantes han conseguido satisfactoriamente las competencias anteriores, se realizan rúbricas por parte de los tutores y de los miembros del tribunal, formado preferentemente por docentes con el título de doctor. Estas rúbricas están a disposición de los estudiantes en el aula global y son explicadas también por la dirección académica en una reunión durante el primer trimestre del curso académico. La valoración del trabajo se realizará individualmente por cada miembro del Tribunal Evaluador atendiendo a los siguientes puntos y ponderaciones:

i) Exposición escrita (memoria): 35% de la nota final. Evalúa ítems tales como:

- Estructura y formato.
- Objetivos.
- Referencias y bibliografía.
- Metodología.
- Contenido y análisis desarrollado.
- Conclusiones.
- Aplicabilidad al sector.

ii) Exposición oral: 35% de la nota final. Evalúa los siguientes ítems:

- Comunicación del trabajo realizado.
- Defensa del proyecto en el turno de ruegos y preguntas.

iii) Nota individual asignada por el tutor a partir del trabajo previo a la exposición: 30% de la nota final.

La nota numérica (de 0 a 10) de cada miembro del Tribunal tiene en cuenta la valoración de los puntos anteriores. La calificación se otorga de acuerdo con la siguiente escala numérica de 0 a 10, expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa.

b) % Superación: Excepto el caso excepcional de abandono el Máster por motivos personales, el resto de la clase (un 99%) superó la asignatura. La distribución (números redondeados sin decimales) de notas fue la siguiente:

- Excelente: 33%
- Notable: 66%
- Abandono: 1%

- c) Satisfacción: Los datos de satisfacción de los alumnos con el TFM para el curso 15-16 pueden observarse a continuación:

Máster Presencial	Excelente	Bien	Regular	Deficiente	NS/NC
Globalmente	76,5%	17,6%	5,9%	0,0%	0,0%
Ha cumplido las expectativas	76,5%	23,5%	0,0%	0,0%	0,0%
Disponibilidad por parte del tutor	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
% Participación	89,50%				

Máster Semipresencial *	Excelente	Bien	Regular	Deficiente	NS/NC
Globalmente	70,4%	29,6%	0,0%	0,0%	0,0%
Ha cumplido las expectativas	63,0%	37,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Disponibilidad por parte del tutor	75,9%	24,1%	0,0%	0,0%	0,0%
% Participación	96,4%				

*la modalidad semipresencial se realiza en la mayoría de los casos con matrícula parcial y por tanto en el momento de redacción de este autoinforme habían finalizado el programa todos los grupos. Estos datos son únicamente de los grupos que han finalizado el programa.

Como puede observarse en la tabla anterior, tanto en la edición presencial como en la semipresencial los alumnos están muy satisfechos con el desarrollo del Trabajo Fin de Máster.

A nivel global el 94,1% de los alumnos de la edición presencial y el 100% de los alumnos de la semipresencial consideran que el desarrollo del trabajo se ha producido de forma buena o excelente. Además, el 100% de las dos ediciones considera que sus expectativas se han cumplido de forma buena o excelente. Creemos que se tiene que destacar que en la edición presencial el 100% de los alumnos ha considerado que la disponibilidad por parte del tutor ha sido “excelente”. En el caso del semipresencial, un 75,9% la ha considerado también “excelente” mientras que el resto del grupo la ha considerado “buena”.

La elaboración y evaluación del TFM, tanto por parte del tutor como del tribunal, asegura que las competencias que teóricamente se tendrían que cumplir realmente se cumplen. En este sentido, los temas de los TFM obligan a desarrollar competencias específicas, tales como emitir una opinión sobre la fiabilidad de las Cuentas Anuales emitidas por una empresa (E1), contrastar que el control interno implementado por la empresa es eficiente y adecuado (E2), reflejar los hechos contables relacionados con la compañía en sus estados financieros (E5), etc.

En la mayoría de trabajos, estas competencias específicas se tienen que tratar simultáneamente, puesto que están relacionados. El tutor acompaña al alumno para que desarrolle correctamente estas competencias y posteriormente, como se ha comentado, un tribunal valora si estas competencias han sido adquiridas.

Por otro lado, la elaboración y exposición del TFM supone que los alumnos tengan que desarrollar competencias de carácter general. Por ejemplo, los alumnos tienen que poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación (CB6), tiene que aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos (CB7), deben ser capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios (CB8) o deben saber comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados (CB9). Tanto la valoración y acompañamiento del tutor como la del tribunal,

acompañado por la rúbrica de evaluación del TFM, que pretende valorar estas cuestiones, aseguran que los resultados de aprendizaje se correspondan con los objetivos formativos pretendidos.

Valoración global: resultados del aprendizaje según el ICAC y las grandes auditoras del mercado

Tal como se recoge en la memoria, el Máster en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa tiene como objetivo principal “capacitar a sus participantes para ser Auditores de Cuentas, convalidando el examen teórico de acceso a la profesión”. Puesto que el ICAC valida el programa y ha convalidado la parte teórica de acceso al ROAC al 100% de los participantes que han aprobado el Máster consideramos que este resultado alcanzado se adecuaba a aquello planteado previamente.

Se debe apuntar también que el Máster en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa es el único de todas las universidades de Barcelona al que el ICAC le ha otorgado la categoría de convalidación “completa”, es decir, que todos los módulos del Máster han sido auditados y validados por este organismo cumpliendo sus requisitos y ajustándose a aquello contenido en la Resolución de 12 de junio del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas, que depende del Ministerio de Economía.

En el [cuadro](#) siguiente puede observarse el resto de universidades que, de una forma u otra, están formando auditores, así como quiénes son sus responsables y las materias homologadas por parte del ICAC. Estos datos son públicos y pueden consultarse en la web del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (<http://www.icac.meh.es/seccion.aspx?hid=3493>).

Dada la información anterior y los resultados académicos y de profesorado, puede observarse que la Barcelona School of Management se ha convertido en un centro referente de formación de futuros auditores. Es por eso por lo que está formando tanto a recién graduados como a miembros de las principales auditorías presentes en Barcelona. Desde las Big4 (KPMG, PWC, Deloitte y EY) como auditorías igual de importantes, pero de menor tamaño (Mazars, Grant Thornton, Faura Casas, Audria, etc.). Cuando el grupo es suficientemente grande se agrupan los participantes por origen. Estas auditoras originan una gran parte de la demanda del curso año tras año, lo cual nos da evidencia que el resultado del aprendizaje, tanto en lo referente a las competencias generales como a las competencias específicas, se están cumpliendo.

El aval del ICAC, el equipo de profesorado, la confianza de las grandes auditoras del sector y la fuerte demanda por parte del público en general son consecuencia de que los resultados del aprendizaje se adecúan a los objetivos pretendidos, no solamente a nivel de auditoría, sino también en los otros módulos, con protagonismo de la contabilidad financiera y de gestión. En caso de que los resultados del aprendizaje no se adecuasen a aquellos previstos en el programa creemos que el ICAC dejaría de confiar en la universidad, que las grandes empresas auditoras dejarían de confiar en el programa (los participantes dejarían de tener competencias cruciales para ser auditores) y que esto afectaría la demanda del programa. En cambio, nos encontramos en la situación contraria: los estudiantes adquieren competencias específicas y generales que les ayudan a desarrollarse profesionalmente en el marco de la auditoría de cuentas. Esto es valorado por las grandes empresas del sector, que emplean y nos envían nuevos estudiantes y por el ICAC, que convalida el 100% de los contenidos del programa, homologando para la parte teórica de acceso al ROAC todos los contenidos impartidos.

Las encuestas son una prueba de la satisfacción de estudiantes y empresas con el desempeño de los estudiantes en el mundo laboral. Por lo tanto, creemos que los resultados del aprendizaje se corresponden con los objetivos del programa, ya que los participantes han adquirido aquellas competencias específicas que necesitan para el correcto desempeño profesional (por ejemplo valorar la fiabilidad de las Cuentas Anuales emitidas por una empresa, de acuerdo con la normativa

española o las normas internacionales de auditoría (E1), contrastar el Control Interno implementado por la empresa (E2), reflejar los hechos contables relacionados con la compañía en sus estados financieros (E5), analizar los estados financieros emitidos por la compañía (E7), etc.).

Valoración global: satisfacción de los estudiantes

Por último, y a modo de resumen del apartado 6.1, constatar una vez más que todos los indicadores y evidencias confirman la opinión tremendamente positiva de los estudiantes sobre la experiencia educativa global.

A nivel general, los participantes han manifestado un altísimo grado de satisfacción con el Máster en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa, tanto en su versión presencial como semipresencial.

Satisfacción en la modalidad presencial

		SI	NO	NS/NC
Curso 2014-2015	Recomendaría el programa	92,9%	0%	7,1%
Curso 2015-2016	Recomendaría el programa	100%	0%	0%
Curso 2016-2017	Recomendaría el programa	100%	0%	0%

Satisfacción en la modalidad semipresencial

		SI	NO	NS/NC
Curso 2014-2015	Recomendaría el programa	100%	0%	0%
Curso 2015-2016	Recomendaría el programa	86,4%*	2,3%*	11,4%-
Curso 2016-2017	Recomendaría el programa	No disponible	No disponible	No disponible

*la modalidad semipresencial se realiza en la mayoría de los casos con matrícula parcial y por tanto en el momento de redacción de este autoinforme habían finalizado el programa todos los grupos. Estos datos son únicamente de los grupos que han finalizado el programa.

Como se observa en las tablas anteriores, en las últimas ediciones casi la totalidad de los estudiantes ha indicado que recomendaría el programa. De hecho, si obviamos la distorsión de las encuestas entregadas en blanco, teniendo en cuenta las últimas dos ediciones del presencial y las últimas dos del semipresencial, la no recomendación del programa ha sido del 0% en tres de las cuatro ediciones, siendo solamente del 2,3% en la cuarta.

Estos datos juntos con las opiniones de los empleadores y del sector nos animan a seguir trabajando en la mejora constante de la titulación.

6.2. Las actividades formativas, la metodología docente y el sistema de evaluación son adecuados y pertinentes para garantizar el logro de los resultados de aprendizaje previstos.

Las actividades de formación, las metodologías utilizadas y el sistema de evaluación desarrollados en la titulación se consideran acordes y pertinentes para el alcance de los resultados de aprendizaje.

Como se comentaba en el punto anterior, tanto las actividades formativas y la metodología docente como el sistema de evaluar a los participantes tienen como objetivo la adquisición de las competencias específicas y generales, así como adecuarse a los contenidos de la Resolución del ICAC de 12 de junio, puesto que la validación del Máster por parte del ICAC permite su objetivo principal: la formación en el ámbito de auditoría y la convalidación de la parte teórica de acceso al ROAC. Las competencias previstas para los futuros titulados se traducen en resultados de aprendizaje que implican conocimientos, habilidades profesionales y formas de comportarse ligadas a valores éticos y/o profesionales.

a) Actividades formativas y metodologías habituales en la docencia

Para obtener los resultados de aprendizaje esperados y las competencias previstas en la memoria del programa se utilizan diversas y variadas actividades formativas con el objetivo de motivar e involucrar al máximo al alumno en su proceso de aprendizaje. Las actividades y la metodología docente incluyen los siguientes puntos:

- 1) **Clases magistrales:** actividades en aula que permiten la adquisición de conocimientos teóricos. En el caso de auditoría algunos de estos conocimientos son teóricos (ley de auditoría de cuentas, Normas Internacionales de Auditoría, etc.), aunque el objetivo final es que los alumnos tengan la base para poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y aplicación de ideas (CB6) y que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios (CB8). También se pretende que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo (CB10), puesto que los estudiantes deberán profundizar en algunos de estos conocimientos posteriormente cuando se enfrenten a problemas específicos en el marco de una auditoría de cuentas.
- 2) **Simulaciones de problemas de auditoría o contabilidad:** normalmente dentro del marco de la clase magistral, se presentan a los participantes distintas situaciones a las que deben hacer frente. Normalmente se tratan de casos cortos, píldoras prácticas, que los alumnos deben resolver rápidamente para posteriormente discutir juntamente con el profesor en clase. Estos casos pueden ser desde problemas con la circularización de clientes o incidencias con el corte de operaciones hasta la posibilidad de emitir una opinión por limitación al alcance a partir de la falta de información de un banco o un abogado. Por lo tanto, estas simulaciones ayudan a que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos e incrementan su capacidad de resolución de problemas (CB7), cosa que es evaluada posteriormente en los casos prácticos de cada asignatura.
- 3) **Trabajos en grupo:** Son actividades en grupos reducidos, normalmente fuera del aula para potenciar competencias generales, como el trabajo en grupo, el aprendizaje autónomo, el aprendizaje basado en la resolución de problemas y la puesta en práctica de los conceptos teóricos aprendidos en clase. Las auditorías de cuentas se realizan en grupo y por lo tanto creemos que es importante potenciar que los participantes trabajen conjuntamente para simular tanto como sea posible el entorno laboral del auditor.

- 4) **Método del caso:** Los casos concretos de auditoría son una de las metodologías más importantes en el Máster. El programa tiene un grupo de profesores BSM acostumbrados a trabajar mediante casos de empresa y un grupo de profesionales-audidores que pueden presentar casos específicos de su entorno laboral diario. Por lo tanto, el método del caso es uno de los pilares de aprendizaje del programa. En el máster creemos que una de las mejores formas de generar conocimiento y de fomentar las competencias básicas es que el participante se enfrente a situaciones basadas en la realidad de la contabilidad y la auditoría de cuentas, tome decisiones y justifique sus conclusiones. Aunque cada asignatura tiene sus propias competencias específicas (por ejemplo, emitir una opinión sobre la fiabilidad de las cuentas anuales emitidas por una empresa (E1), contrastar que el control interno implementado por la empresa es eficiente y adecuado de acuerdo con la normativa del ICAC (E2) o identificar los criterios marcados por el ICAC para el acceso a la profesión de Auditoría de Cuentas (E3)), creemos que el método del caso ayuda también a reforzar competencias generales tales como la capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos (CB7) o que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada (CB8).
- 5) **Presentaciones en público:** es práctica habitual del programa que los casos prácticos se expongan en público para generar el máximo debate y maximizar el resultado del aprendizaje vía debate. Los casos se exponen siempre ante el profesor de la asignatura, que posteriormente hace preguntas específicas para valorar los conocimientos de los participantes, así como su habilidad de análisis, juicio profesional y capacidad de defensa de sus argumentos. Creemos que, independientemente de las competencias específicas que se potencian al tener que defender públicamente una posición, las presentaciones ayudan a que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y sus conocimientos y razones últimas que los sustentan de un modo claro y sin ambigüedades (CB9). Por lo tanto, mediante las exposiciones creemos que trabajan también competencias generales previstas en la memoria del programa. Recordar que no solo se presentan en público algunos casos, sino que también se hace defensa pública del TFM ante un tribunal de profesores del máster.
- 6) **Congresos:** Gracias al convenio firmado con ACCID (Asociación Catalana de Contabilidad y Dirección), se da acceso de forma absolutamente gratuita a los alumnos en el programa al congreso anual de la Asociación (que este 2017 se celebra en IESE Barcelona durante el mes de junio). Se considera este congreso ideal para los alumnos del Máster ya que es un congreso “mixto” entre perfiles profesionales y perfiles académicos y cuyo objetivo es poner en contacto Universidad y Empresa y a profesionales con alumnos. Fomentar relaciones y buenas prácticas debe ser, y es, uno de los objetivos principales del Máster. Adicionalmente, el convenio firmado, da acceso gratuito a conferencias puntuales realizadas por ACCID independientemente del congreso.
- 7) **Trabajo Final de Máster:** Paralelamente al desarrollo en aula del máster, y tras unas semanas de adaptación al día a día del programa, se empieza a trabajar el TFM. Los propios alumnos proponen un tema a la Dirección del programa, con una propuesta de trabajo e índice y a partir de este punto la Dirección Académica filtra los temas y orienta a los estudiantes. Posteriormente, en la reunión de claustro, se tratan los distintos temas de los trabajos y se asignan a un tutor concreto, en base al tema en cuestión y a la especialidad del académico. El tutor será el encargado de supervisar el día a día del proyecto, aunque la dirección académica está en contacto permanente con los tutores de TFM y los alumnos para garantizar un correcto desarrollo del proyecto y para analizar el desarrollo de cada TFM y garantizar un resultado final acorde a lo requerido.

El tutor del TFM rellena una rúbrica que representa un 30% de la nota del TFM y en la que puntúa detalladamente los ítems “desarrollo del trabajo” y “resultado final”. Finalmente, el TFM es valorado ante tribunal de 3 profesores del máster. Habitualmente el tribunal está compuesto con académicos con el título de doctor, aunque en algunos casos se requiere a miembros profesionales en el tribunal (profesores-audidores) cuando el trabajo es muy específico o cuando el TFM está muy enfocado al ámbito práctico. La evaluación se hace personalizada pudiendo diferir la nota entre diferentes componentes del grupo en función de cómo presenten, cómo respondan a las preguntas del tribunal o el grado de implicación en el desarrollo del trabajo (el tutor del TFM valora también individualmente a cada miembro del grupo). Pueden verse las rúbricas del tutor y del tribunal en el portal de evidencias.

Como los temas de los TFM son en muchos casos transversales y contienen la mayor parte de la metodología anterior, ayuda a evaluar el cumplimiento de las competencias tanto generales como específicas.

b) Evaluación

Los criterios y variados sistemas de valoración son acordes con los especificados en la memoria del programa a la vez que coherentes con la filosofía de la dirección del programa. Creemos que el sistema de evaluación del Máster también garantiza que los resultados del aprendizaje alcanzados se corresponden con los objetivos formativos pretendidos.

En este sentido, el sistema de evaluación valora no sólo la adquisición de conocimientos, sino también la adquisición de competencias. A continuación, se puede observar la relación entre metodología de evaluación y resultados del aprendizaje:

- A. **Exámenes:** los exámenes aseguran la adquisición de competencias específicas. En el caso del Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa se trata de exámenes sobre las materias contenidas en la Resolución de 12 de junio del ICAC, dependiendo del ministerio de economía. Estos exámenes tienen relación con competencias específicas relacionadas con la resolución de problemas, ya sea como auditores externos, como auditores internos o como contables. Como el Máster convalida la parte teórica de acceso al ROAC, los alumnos que quieran ser auditores tendrán que presentarse posteriormente a un examen práctico. Por esta razón los exámenes pretenden valorar si se están adquiriendo las competencias específicas de la memoria, así como si los participantes están preparados para hacer frente a su realidad profesional. Por lo tanto, los exámenes van destinados básicamente a valorar si se están adquiriendo las siguientes competencias específicas definidas en la memoria

Como en el caso del Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa este tipo de controles son considerados muy importantes, puesto que también son los seguidos en el examen de acceso al ROAC, el peso de los exámenes es normalmente del 50% del total de la nota de cada asignatura.

- B. **Casos prácticos/trabajos de asignatura:** Este punto tiene relación tanto con la adquisición de las competencias específicas anteriores como con la adquisición de competencias de carácter general. Se trata de uno de los ítems de valoración principales del Máster. El profesor de la asignatura se asegura de que el alumno sabe aplicar en la práctica los conceptos teóricos adquiridos, posee capacidad de aprendizaje, pensamiento crítico y sabe afrontar problemas. Para la realización de casos prácticos y trabajos el estudiante debe haber

adquirido las competencias específicas de la asignatura del apartado anterior (por ejemplo, dependiendo de la asignatura, debe decidir si poner o no una salvedad en el informe de auditoría, evaluar el control interno de una empresa o reflejar los hechos contables corregidos de acuerdo con la imagen fiel). De todos modos, adicionalmente, debe haber adquirido competencias generales, tales como las siguientes:

- C. **Exposiciones:** Los casos prácticos de cada asignatura deben exponerse ante el profesor. Creemos que este punto es crucial, puesto que en una auditoría de cuentas las conclusiones deben exponerse al equipo de trabajo y a la empresa auditada. Creemos por lo tanto que el trabajo en equipo y la comunicación oral ayudan a simular la realidad del sector. Es por eso que en las exposiciones se valora que la competencia general más relacionada con este ámbito se haya adquirido.
- D. **Trabajo Fin de Máster:** El Trabajo Fin de Máster constituye una de las ejecuciones clave que muestra el nivel de formación adquirido en los estudios cursados. Es la culminación de la adquisición de competencias, tanto específicas como generales. Es una de las actividades de aprendizaje más importantes del programa, puesto que el estudiante tiene la oportunidad de profundizar en el estudio de un tema de su interés y además puede desarrollar competencias y habilidades generales y básicas, como la capacidad de planificar un proceso, resolver problemas, analizar e interpretar resultados, o defender propuestas mediante una comunicación eficiente, entre otras. El TFM es evaluado ante un tribunal que no sólo examinará el trabajo, sino que también realizará preguntas y examinará la comunicación de cada miembro del grupo.

Como se ha comentado anteriormente, los temas de los TFM obligan a desarrollar competencias específicas (por ejemplo, emitir una opinión sobre la fiabilidad de las Cuentas Anuales emitidas por una empresa o contrastar su control interno) y competencias de carácter general o la resolución de problemas en entornos nuevos, la formulación de juicios y la comunicación de conclusiones).

Creemos que el hecho de que la rúbrica del tribunal valore estas competencias y que el tutor esté acompañando y tutorizando al alumno a lo largo del año nos da seguridad de que los resultados del aprendizaje se correspondan con los objetivos formativos pretendidos.

En este sentido, la defensa del TFM se lleva a cabo presencialmente, de manera que además del seguimiento continuado que lleve a cabo el tutor, se llevan a cabo preguntas que denoten la autoría del mismo. El tribunal está formado por tres miembros, entre los cuales tiene que haber, como mínimo, una persona con el título de doctor. El tribunal examina el trabajo desde todos los prismas: contenido, exposición oral, defensa y exposición escrita.

Cada trabajo es evaluado por los miembros del Tribunal Evaluador según lo dispuesto en el apartado anterior. Al finalizar la defensa del TFM, el Tribunal Evaluador debe cumplimentar el Acta de Evaluación correspondiente.

Por otro lado, la valoración del trabajo se realizará individualmente por cada miembro del Tribunal Evaluador atendiendo a los siguientes puntos:

- A) Exposición escrita (memoria): 35% de la nota final. Evalúa ítems tales como:
- Estructura y formato
 - Objetivos

- Referencias y Bibliografía
- Metodología
- Contenido y análisis desarrollado
- Conclusiones
- Aplicabilidad al Sector

B) Exposición oral: 35% de la nota final. Evalúa los siguientes ítems:

- Comunicación del trabajo realizado
- Defensa del proyecto en el turno de ruegos y preguntas

C) Nota individual asignada por el tutor a partir del trabajo previo a la exposición: 30% de la nota final.

La nota numérica (de 0 a 10) de cada miembro del Tribunal tiene en cuenta la valoración de los puntos anteriores. La calificación se otorga de acuerdo con la siguiente escala numérica de 0 a 10, expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa:

0 - 4,9: Suspenso (SS). 5,0 - 6,9: Aprobado (AP). 7,0 - 8,9: Notable (NT). 9,0 - 10: Sobresaliente (SB).

El tribunal puede conceder la mención de "Matrícula de Honor" a los trabajos que hayan obtenido una calificación de 10.

En caso de que los trabajos se realicen en grupo, los miembros del mismo no tienen por qué compartir la misma nota. En este efecto, existen distintos factores susceptibles de inducir a que la nota sea distinta entre ellos.

Entre ellos, cabe destacar:

- Valoración individual del tutor a partir de las reuniones realizadas.
- Fase de comunicación individual del TFM durante la exposición.
- Fase de defensa de la exposición oral del TFM a partir de preguntas concretas del tribunal.
- Posibilidad de comunicar al tutor si un miembro del grupo no está desarrollando su trabajo adecuadamente. Dicha incidencia deberá ser valorada por el tutor, pudiendo penalizar a este miembro del grupo en caso de que lo crea conveniente.

Si los trabajos y los casos son los encargados de demostrar que el alumno sabe aplicar conceptos teóricos a la resolución de problemas reales, el TFM facilita la integración entre materias y permite a la Dirección Académica, entre otras cosas evaluar la capacidad de interrelacionar materias y conceptos financieros del alumno al tratarse de un caso más global. Por lo tanto, engloba el conjunto de competencias, tanto generales como específicas, de las que se compone el Máster y su nota final es el resultado del aprendizaje no sólo de un trabajo sino de los objetivos formativos pretendidos por el programa.

Como se ha comentado, en todas las metodologías se intenta equilibrar convenientemente el peso del examen con las resoluciones de casos, trabajos en grupo, exposiciones, etc. El objetivo es ayudar a que el participante adquiera tanto las competencias específicas como las generales a las que se compromete el Máster, y que su evaluación por parte del profesorado valore esta adquisición de competencias. Por lo tanto, el sistema de evaluación está pensado para que se adquieran competencias y que el participante tenga en cada asignatura una evaluación de amplio espectro y no exclusivamente memorístico. Este tipo de evaluación pretende también asemejarse el máximo posible al entorno laboral del auditor, siendo éste un profesional que tiene que atesorar un amplio abanico de competencias, no sólo las memorísticas.

En concreto y para las asignaturas seleccionadas los estudiantes se han mostrado altamente satisfechos con ellas, tal como se puede apreciar en el portal de evidencias. A modo de resumen recogemos en la siguiente tabla la satisfacción global sobre cada una de ellas para el curso 15-16:

	Excelente	Bien	Otros (NS/NC; Regular)
Normas y Procedimientos de Auditoría	72,70%	21,40%	5,90%
Consolidación	87,50%	6,20%	6,30%
Derecho Civil, Merc. del trabajo y la SS	69,90%	28,10%	2,00%
TFM	70,4%	29,6%	0,0%

Valoración global de los estudiantes con la actividad docente

Como se ha comentado hasta el momento los indicadores de satisfacción de los estudiantes respecto a la experiencia formativa del máster y del profesorado son muy satisfactorios. A continuación, se detallan los resultados a nivel global.

En lo referente al profesorado, las encuestas a los participantes muestran los siguientes datos:

	PRESENCIAL	Excelente	Bien	Regular	Deficiente	NS/NC	Total Excelente + Bien
2014-2015	Calidad del profesorado	71,4%	28,6%	0%	0%	0%	100%
2015-2016	Calidad del profesorado	100%	0%	0%	0%	0%	100%

	SEMIPRESENCIAL*	Excelente	Bien	Regular	Deficiente	NS/NC	Total Excelente + Bien
2014-2015	Calidad del profesorado	68%	32%	0%	0%	0%	100%
2015-2016	Calidad del profesorado	59,1%	38,6%	0%	0%	2,3%	100%

*la modalidad semipresencial se realiza en la mayoría de los casos con matrícula parcial y por tanto en el momento de redacción de este autoinforme habían finalizado el programa todos los grupos. Estos datos son únicamente de los grupos que han finalizado el programa.

Los datos anteriores demuestran la altísima satisfacción de los alumnos con el equipo de profesores, cosa que corrobora lo apuntado en el apartado 4: los académicos son uno de los puntales del éxito del programa. En este sentido, la media de “excelentes” teniendo en cuenta las cuatro ediciones analizadas ha sido del 75%, mientras que no hay ni un solo caso que considere el equipo docente es “regular” o “deficiente”.

Por lo tanto, el equilibrio entre los profesores doctores acreditados que marca la normativa y el auditor que actúa como profesor que marca el ICAC ha llevado el programa a un equilibrio aceptado

y valorado por los estudiantes.

Por último, como comentamos con anterioridad, creemos que la confianza del ICAC convalidando todos los módulos del programa para la convalidación de la parte teórica de acceso al ROAC, juntamente con la fuerte demanda del programa, la confianza de las grandes empresas del sector y el potente equipo de profesorado, que asegura una alta calidad docente e investigadora, avala este tipo de metodología.

6.3. Los valores de los indicadores académicos son adecuados para las características de la titulación.

Respecto a las calificaciones obtenidas por los alumnos de todas las asignaturas del máster, si observamos la [tabla](#) de recogida de notas de las asignaturas aportada en el portal de evidencias, podemos ver que en la modalidad presencial las notas están distribuidas en todas las calificaciones. Mayoritariamente las notas se sitúan en la calificación de notable, pero también encontramos excelentes y aprobados. En este sentido, observando los resultados de forma agregada, un 14% de las notas han sido consideradas como excelentes, un 71% como “notables” y un 15% como aprobados.

En ninguna de las asignaturas encontramos alumnos suspendidos ni alumnos no presentados. Creemos que esto es debido a la exigencia del proceso de selección de los alumnos y al hecho que la mayor parte de la clase hace prácticas en auditoría y está empezando su carrera profesional, lo que les motiva y hace improbable el abandono del Máster. A pesar de esto, como se observa en la distribución de notas, el nivel es exigente, puesto que sólo un 14% de los alumnos consiguieron un excelente como calificación final.

Por lo tanto, la tasa de abandono y graduación de los estudiantes esta es del 0% y del 100% respectivamente en todas las asignaturas.

En la modalidad [semipresencial](#) encontramos valores similares. Todas las asignaturas tienen mayoritariamente una calificación de notable, pero también encontramos excelentes y aprobados. En este sentido, observando los resultados de forma agregada, un 19% de las notas han sido consideradas como excelentes, un 70% como notables y un 10% como aprobados. Adicionalmente, el 1% de los alumnos no se presentó al examen. Esta última circunstancia se debe básicamente a alumnos que han sido seleccionados para ocupar una plaza en el extranjero, han sido trasladados fuera de España o han recibido una oferta laboral que les ha impedido seguir cursando el Máster.

De todos modos, la tasa de superación sigue siendo alta en todas las asignaturas del estudio, siendo del 99% a nivel global.

Como se ha comentado en el informe, creemos que estos buenos resultados se deben a la facilidad de impartir docencia a un grupo de estudiantes muy homogéneo en cuanto a su procedencia previa y en cuanto a sus objetivos futuros, a la calidad del profesorado, tanto por el amplísimo porcentaje de profesores doctores como por la calidad de los docentes profesionales, a la disponibilidad del equipo docente con los alumnos, que ayuda a detectar problemas en una fase embrionaria, a la dedicación de la coordinación académica y a las prácticas profesionales, que aunque siendo optativas son elegidas por muchos estudiantes, cosa que hace que se pueda ver desde un punto de vista práctico aquello que se está estudiando en el aula. En lo referente a los indicadores académicos tanto la dirección académica como el centro se muestran muy satisfechos con las evidencias y los indicadores ya que ponen de manifiesto la idoneidad de la titulación y muestran una clara mejora continua del programa.

En lo referente a las tasas de rendimiento, abandono y graduación destacar de nuevo que éstos indicadores adquieren valores de excelencia que se sitúan por encima de los valores medios publicados en el informe Datos y Cifras del sistema universitario español publicado por el Ministerio de Educación donde la tasa de rendimiento de los estudiantes de Máster fue del 88,7%.

Las cifras para el Máster en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa son las que se muestran a continuación:

	presencial		semipresencial	
	2014-2015	2015-2016	2014-2015	2015-2016
Tasa de rendimiento	100%	100%	No disponible*	No disponible*
Tasa de abandono	0%	0%	No disponible*	No disponible*
Tasa de graduación	100%	100%	No disponible*	No disponible*

*la modalidad semipresencial se realiza en la mayoría de los casos con matrícula parcial y por tanto en el momento de redacción de este autoinforme no ha finalizado el programa.

Como se puede observar, en la modalidad semipresencial, en la que es habitual encontrar a participantes que ya se han incorporado al mercado laboral, existen algunos casos de abandono, provocados en la mayoría de ocasiones por responsabilidades laborales o cambios en el rumbo profesional.

Creemos que el éxito en la tasa de graduación tiene distintas causas:

- **Perfil:** el perfil de los estudiantes, como hemos visto en el apartado 1, es muy homogéneo. Esto facilita la transmisión de conocimiento, el proceso de aprendizaje, la adquisición de competencias y el proceso de evaluación.
- **Coordinación docente:** las reuniones de claustro periódicas, así como las reuniones con los delegados, permiten detectar cualquier contingencia y actuar con rapidez. Esto aplica tanto a un grupo como a un participante.
- **Cualificación académica del profesorado:** el excelente equipo docente, mayoritariamente doctor y acreditado, es muy valorado por parte de los alumnos. Creemos que su transmisión de conocimiento y su trabajo sobre las competencias de los alumnos es un factor clave de éxito en la tasa de graduación.
- **Profesorado suficiente:** el hecho que la cifra de profesores sea siempre la adecuada, siguiendo el Real Decreto, hace que el profesor pueda atender a los alumnos y resolver sus dudas con mayor facilidad.
- **Tutorías:** como se ha visto en apartados anteriores, las tutorías son evaluadas de forma excelente por parte de los alumnos. Esto permite que sus dudas puedan resolverse rápida y eficientemente y, por lo tanto, facilita su proceso de adquisición de competencias.
- **Evaluación:** la metodología de evaluación que se ha comentado anteriormente, que no se basa solamente en exámenes memorísticos sino también en resolución de casos prácticos y exposiciones facilitan la adquisición de competencias, tanto específicas como generales, por parte de los participantes. Asimismo, permite actuar rápidamente sobre un ámbito específico cuando un participante tiene problemas en la adquisición de alguna de las competencias del programa.
- Por último, comentar que los datos de la edición en curso siguen en la línea marcada en ediciones anteriores.

Máster Universitario en Información Digital

6.1. Los resultados de aprendizaje alcanzados se corresponden con los objetivos formativos pretendidos y con el nivel del MECES de la titulación.

El Máster Universitario en Información Digital ha sido diseñado y planificado con el objetivo básico de conseguir que los estudiantes adquieran las competencias de aprendizaje previstas y por tanto se alcancen los resultados de aprendizaje esperados. Para ello se ha procurado tener muy en cuenta la **motivación del estudiante** en el estudio, en el trabajo del día a día y en general en todo el proceso de aprendizaje. Este aspecto es especialmente crítico en la formación 100% online ya que los estudiantes no tendrán el elemento motivador del contacto presencial con profesores y compañeros y pueden sentirse más aislados. Por otra parte, es también muy importante disponer del mayor número posible de elementos de evaluación de los estudiantes para poder hacer un correcto seguimiento y poder dar una rápida retroalimentación a cada estudiante de su progreso en el máster. La motivación del estudiante y el seguimiento de su trabajo por parte de profesores y tutores aseguran la adquisición de las competencias previstas.

En cada asignatura los estudiantes realizan entre 35 y 45 **actividades de aprendizaje** para poner en práctica los conocimientos adquiridos, afianzar los aprendizajes y alcanzar las competencias previstas. Algunas de estas actividades son de evaluación automática (cuestionarios de elección múltiple), otras son evaluadas por los profesores (tareas específicas o foros de debate), algunas son relativamente cortas y otras exigen un mayor tiempo de trabajo (estudios de caso), unas son individuales y otras en grupo (trabajos en grupos online), unas son asíncronas y otras síncronas (webinars). En todos los casos se procura que las calificaciones y los comentarios de las evaluaciones estén disponibles lo antes posible. De este modo el estudiante puede ir comprobando que a medida que va realizando de forma correcta las actividades va alcanzando su objetivo de superar cada asignatura y por tanto se consigue que esté motivado por y para el trabajo que está realizando. Además, desde la tutoría pedagógica se puede hacer un seguimiento muy eficiente de la evaluación continua al disponer de muchas actividades de aprendizaje y de distinto tipo de cada estudiante que corresponden a los distintos tipos de competencias previstas.

Cada asignatura dispone de un **plan docente** que informa al estudiante de todos los detalles de los contenidos, competencias, metodología y evaluación. Estos planes docentes han sido creados de acuerdo con el marco general de la memoria de verificación. Debido a las especiales características de la formación online, se ha procurado que los elementos básicos de la metodología didáctica y del sistema de evaluación sean constantes en todas las asignaturas. De este modo se evitan despistes y malentendidos tan frecuentes cuando no hay contacto presencial.

Es importante remarcar una característica especial del Máster que da respuesta a las dificultades de mantenerse al día en unas materias que evolucionan muy rápidamente. Los estudiantes del Máster en Información Digital tienen derecho a la consulta de los materiales didácticos durante los 5 años posteriores a la finalización del programa. Cada año se actualizan los contenidos de acuerdo con los últimos cambios en Google, las nuevas herramientas o servicios que van apareciendo o con los nuevos procesos de marketing online o de posicionamiento web. Estas actualizaciones pueden ser consultadas por los estudiantes titulados después de realizar el máster y sin la necesidad de acceder al aula virtual que queda clausurada cuando termina el curso. Los materiales didácticos están disponibles en la cuenta personal Drive de Google asociada al correo gmail personal de cada estudiante y que tendrá de forma indefinida.

Los resultados de aprendizaje del Máster en Información Digital se corresponden con los objetivos planificados en la memoria verificada y con el nivel del MECES. Los alumnos han alcanzado las competencias pretendidas y se ha confirmado que los resultados de aprendizaje corresponden con los indicados en la memoria. A continuación, seleccionamos 5 asignaturas que permiten ilustrar la adquisición de las competencias básicas y específicas por parte de los alumnos. También se incluye al final de este punto los aspectos relevantes del TFM y de las prácticas profesionales.

1) Fundamentos en tecnologías web. Asignatura de 7 ECTS, obligatoria para todos los participantes y por tanto perteneciente al currículum de las 3 especialidades.

Profesores:

- Rafael Pedraza (Dr.)
- Josep-Manuel Rodríguez Gairín (Dr.)
- Javier Diaz Noci (Dr.)
- David Maniega (CTO de ICAlia)

Principales contenidos:

- Arquitectura de la información en sedes Web.
- Lenguaje de etiquetado de documentos digitales: SGML, XML.
- XML: un estándar para la descripción, intercambio y almacenamiento de la información.
- El prototipado en la arquitectura de la información.
- XHTML para el diseño web.
- Diseño con estándares web CSS.
- Gestor de contenidos: WordPress.
- Análisis y evaluación automática de sitios web.

Competencias

- CE1. Gestionar de manera estratégica la información y la documentación interna y externa de empresas e instituciones a través de la creación de sitios web, sistemas de gestión documental, sistemas de gestión de contenidos, servicio de almacenamiento de archivos en línea y repositorios institucionales.
- CE2. Crear sitios web aplicando procedimientos estandarizados que tengan en cuenta las normativas de la accesibilidad, las heurísticas de la usabilidad, los principios de la arquitectura de la información y las recomendaciones del diseño centrado en el usuario.
- CE4. Aplicar las pautas y procedimientos más comúnmente aceptados que aseguren la preservación del patrimonio digital en sitios web, bibliotecas digitales, archivos fotográficos, repositorios institucionales y en general en cualquier sistema de gestión documental.
- CE5. Evaluar sitios web, bibliotecas digitales, repositorios institucionales, bancos de imágenes y sonido, archivos fotográficos y bases de datos documentales siguiendo pautas y procedimientos altamente consensuados en la comunidad científica para determinar la calidad de estos sistemas y proponer mejoras.

Resultados de aprendizaje

- Mostrar conocimientos sobre qué herramientas, servicios o sistemas son los más adecuados ante problemas de gestión de la información y la documentación.
- Aplicar pautas eficientes para la gestión y administración de la información digital.
- Diseñar sitios web de acuerdo con las recomendaciones del diseño centrado en el usuario.
- Crear sitios web de acuerdo con las especificaciones que se indican en un diseño previo materializado en diversos documentos de prototipado.
- Planificar el seguimiento de la evolución de un sitio web de acuerdo con los datos proporcionados por los usuarios, proponiendo mejoras coherentes con el diseño inicial.

- Implementar mejoras en sitios web que respondan a los requerimientos del diseño y/o a los resultados del su seguimiento.

2) Posicionamiento en buscadores. Asignatura de 7 ECTS, obligatoria para todos los participantes y perteneciente al temario de las 3 especialidades.

Profesores:

- Lluís Codina (Dr.)
- Cristòfol Rovira (Dr.)
- Toni González Pacanowski (Dr.)
- Rubén Alcaraz (UB)

Principales contenidos:

- Funcionamiento de directorios y motores de búsqueda en Internet.
- Posicionamiento Web: conceptos y ciclo de vida.
- Alternativas a los buscadores tradicionales.
- Motores de búsqueda para usos académicos.
- El ciclo de vida de una campaña de posicionamiento.
- Factores críticos del posicionamiento en buscadores.
- SEO vertical.
- Optimización del código HTML para mejorar el posicionamiento.
- Herramientas freeware para mejorar el posicionamiento en buscadores.
- Social Media Optimization.

Competencias

- CE6. Tomar decisiones sobre la mejor manera de alcanzar los objetivos de las empresas e instituciones a través del análisis de los datos proporcionados por herramientas de analítica web, posicionamiento web, marketing online y de estadísticas del comportamiento de los usuarios en Internet.
- CE7. Optimizar la presencia en Internet y en las redes sociales de empresas, organizaciones y personas para ayudar a alcanzar los objetivos comerciales o institucionales planteados.

Resultados de aprendizaje

- Analizar los datos sobre el uso de los sistemas online para extraer información relevante.
- Proponer mejoras en los sistemas de gestión documental a partir de los resultados obtenidos en procesos previos de evaluación.
- Diseñar campañas de posicionamiento y de marketing online para la promoción de productos, empresas, personas o marcas comerciales.
- Implementar campañas de posicionamiento y de marketing online valorando los resultados para incorporar mejoras de forma permanente.

3) Bibliotecas digitales. Asignatura de 7 ECTS, obligatoria de la especialidad Documentación Digital.

Profesores/as:

- Joan-Isidre Badell (Dr.)
- Mari Vallez (Dr.)
- Tomás Saorín (Dr.)
- Jordi Serrano (Bibliotecario de la Universidad Politécnica de Cataluña)

Principales contenidos:

- Las bibliotecas en el entorno digital
- Las revistas digitales: estándares, pautas y procedimientos para su gestión
- Análisis de colecciones de recursos electrónicos
- Organización de una biblioteca digital en el contexto del e-learning
- Tabletas y libro electrónico
- Plataformas de distribución de ebooks (Pressbooks)
- Análisis de colecciones de recursos electrónicos: el ámbito de las bibliotecas
- Open Access y repositorios institucionales de acceso abierto
- Gestor de contenidos para repositorios

Competencias

- CE4. Aplicar las pautas y procedimientos más comúnmente aceptados que aseguren la preservación del patrimonio digital en sitios web, bibliotecas digitales, archivos fotográficos, repositorios institucionales y en general en cualquier sistema de gestión documental.
- CE5. Evaluar sitios web, bibliotecas digitales, repositorios institucionales, bancos de imágenes y sonido, archivos fotográficos y bases de datos documentales siguiendo pautas y procedimientos altamente consensuados en la comunidad científica para determinar la calidad de estos sistemas y proponer mejoras.

Resultados de aprendizaje

- Planificar de forma eficiente y segura el proceso de preservación de la documentación digital de empresas o instituciones.
- Implementar las pautas y los procedimientos adecuados para la preservación de cualquier tipo de información digital.
- Proponer criterios de evaluación relativos a las herramientas y sistemas de gestión de la información digital que cumplan con la planificación estratégica a medio y largo plazo de empresas e instituciones.
- Examinar de forma crítica herramientas y procedimientos para la gestión de la información digital a partir de criterios previamente establecidos.

4) Fundamentos en Buscadores. Asignatura de 7 ECTS, obligatoria de la especialidad en buscadores.

Profesores/as:

- Carlos Gonzalo (Dr.)
- Javier Guallar (Dr.)
- Lluís Codina (Dr.)
- Juan Merodio (Blogger, Speaker & International Advisor)

Principales contenidos:

- Historia de los buscadores
- Estructura y funciones de un buscador
- Spiders de buscadores: características y funcionamiento
- Algoritmos de posicionamiento en los buscadores
- Lenguajes de interrogación para buscadores
- Ética y privacidad en buscadores
- Técnicas de visualización de información aplicables a buscadores
- Búsquedas de búsquedas: Google Trends y Google Insights
- Inconsistencias de los buscadores

Competencias

- CE3. Usar cualquier herramienta disponible en Internet que permita obtener datos e información relevante para el diseño web, el posicionamiento en buscadores, el marketing online y la optimización de la presencia en las redes sociales.
- CE8. Mostrar un alto grado de conocimientos sobre Internet, redes sociales, herramientas para el análisis de la web y de los mejores procedimientos para el diseño, la creación y la evaluación de sistemas para la gestión de la información digital.

Resultados de aprendizaje

- Encontrar herramientas de calidad online que permitan obtener información relevante ante determinados objetivos de gestión documental planteados.
- Mostrar conocimientos en el uso de herramientas online para la obtención de información útil para la toma de decisiones en el contexto de la gestión de la información digital de empresas e instituciones.
- Valorar la calidad de las herramientas disponibles en Internet de acuerdo a criterios que permitan alcanzar objetivos estratégicos previamente estipulados.
- Argumentar cuales son las principales ventajas e inconvenientes de las herramientas, procesos y servicios relacionados con la información digital.
- Usar de forma eficiente los instrumentos de búsqueda y de recuperación de información de Internet aplicando las opciones avanzadas de estas herramientas

5) Evaluación de la usabilidad y de la experiencia de usuario. Asignatura de 7 ECTS, obligatoria de la especialidad en Usabilidad.

Profesores/as:

- Mari-Carmen Marcos (Dr.)
- Emmanuelle Gutiérrez (Dr.)
- Ignacio Pastor (UX Engineer en SAGE)
- Javier Darriba (UserZoom)

Principales contenidos:

- Evaluación heurística y recorrido cognitivo
- Tests de usuarios
- Encuestas, entrevistas y focus group
- Métricas de evaluación de la usabilidad
- Testeo con dispositivos móviles
- Eye tracking para UX
- Análisis automático de la accesibilidad y la usabilidad

Competencias

- CE5. Evaluar sitios web, bibliotecas digitales, repositorios institucionales, bancos de imágenes y sonido, archivos fotográficos y bases de datos documentales siguiendo pautas y procedimientos altamente consensuados en la comunidad científica para determinar la calidad de estos sistemas y proponer mejoras.
- CE8. Mostrar un alto grado de conocimientos sobre Internet, redes sociales, herramientas para el análisis de la web y de los mejores procedimientos para el diseño, la creación y la evaluación de sistemas para la gestión de la información digital.

Resultados de aprendizaje

- Proponer criterios de evaluación relativos a las herramientas y sistemas de gestión de la información digital que cumplan con la planificación estratégica a medio y largo plazo de empresas e instituciones.
- Examinar de forma crítica herramientas y procedimientos para la gestión de la información digital a partir de criterios previamente establecidos.
- Argumentar cuales son las principales ventajas e inconvenientes de las herramientas, procesos y servicios relacionados con la información digital.

Sistema de evaluación

El sistema de evaluación es común en todas las asignaturas. La metodología docente está basada en la participación del estudiante en diversas actividades formativas, algunas son individuales y otras en grupo para potenciar el aprendizaje colaborativo.

Los resultados académicos han sido muy satisfactorios y los estudiantes han adquirido las competencias previstas. A continuación, mostramos algunos datos relevantes sobre las calificaciones obtenidas por los estudiantes y su opinión sobre estas asignaturas.

Calificaciones de los estudiantes	Excelente	Notable	Aprobado	Suspendido	Excelente + Notable
Introducción a las tecnologías web	85,2%	14,8%	0,0%	0,0%	100,0%
Posicionamiento en buscadores	43,8%	29,8%	15,7%	10,5%	73,6%
Bibliotecas digitales	50,0%	16,0%	33,3%	0,0%	66,0%
Fundamentos en buscadores	68,4%	21,0%	5,2%	5,2%	66,4%
Evaluación de la usabilidad y experiencia de usuario	46,6%	33,3%	6,6%	6,6%	79,9%

Respuesta de la encuesta de satisfacción de cada unidad didáctica. Pregunta: ¿Recomendarías la unidad didáctica? de 0 a 10	Promedio de todas las unidades didácticas
Introducción a las tecnologías web	8,4
Posicionamiento en buscadores	8,5
Bibliotecas digitales	7,8
Fundamentos en buscadores	8,5
Evaluación de la usabilidad y experiencia de usuario	8,2

Como podemos ver en las tablas, los resultados académicos son muy satisfactorios aún siendo un máster impartido 100% online. En todos los casos el porcentaje de excelente y notables supera el 65% y hay un máximo de 6% de suspendidos en dos de ellas. Igualmente, el grado de satisfacción que manifiestan los estudiantes al valorar cada una de las unidades didácticas es alto, con puntuaciones cercanas al 8 en todas ellas.

En relación con el TFM:

El **Trabajo Final de Máster** es un elemento vertebrador del Máster y para ello se desarrolla individualmente y de forma paralela a la docencia de las distintas asignaturas poniendo en práctica los conocimientos que se van adquiriendo en cada una de ellas. De este modo se asegura la conexión directa entre TFM y las competencias específicas del máster especialmente las relativas a crear sitios web aplicando procedimientos estandarizados (CE2), aplicar las pautas y procedimientos más comúnmente aceptados que aseguren la preservación del patrimonio digital (CR4), tomar decisiones sobre la mejor manera de alcanzar los objetivos a través del análisis de los datos proporcionados por herramientas de analítica web (CE6) y optimizar la presencia en Internet y en las redes sociales (CE7).

La adquisición de estas competencias se asegura con un riguroso sistema de evaluación. Al ser un máster 100% online se ha optado por la evaluación continua. El TFM consiste en el desarrollo de un proyecto web y los estudiantes realizan 10 entregas en fechas concretas indicadas en el plan docente. Estas entregas corresponden con las diversas fases del desarrollo de un proyecto web estándar: planteamiento inicial, diseño, desarrollo, implementación y evaluación de los resultados obtenidos. En estas 10 entregas parciales se puede constatar que se aplican en el proyecto las competencias que se van adquiriendo en las asignaturas de SEO, SEM, Analítica web, Redes sociales, Marketing en Contenidos y Dispositivos móviles.

Tal como indicábamos en el caso de las otras asignaturas, con estas entregas parciales se consigue que los estudiantes estén motivados porque pueden constatar que van avanzando de forma gradual. Al mismo tiempo, los documentos parciales proporcionan información suficiente a los tutores para, si es necesario, reconducir el trabajo de algún estudiante que no esté adquiriendo las competencias previstas. El TFM termina con una entrega final que constituye la web acabada y un vídeo defendiendo todo el trabajo realizado que son valorados por el equipo de dirección y el tutor asignado. Como se indicará en el apartado de mejoras, a partir del curso 2017/2018, la entrega final se hará en conexión directa por medio de Skype dando la oportunidad a los evaluadores a interrogar a los estudiantes sobre el trabajo realizado. Otra mejora que se implementará en el curso 2017/2018 y que se ya ha incluido durante el curso 2016/2107 como prueba piloto es la evaluación por medio de rubricas de las 10 entregas parciales.

Los resultados académicos del TFM son buenos. Más del 60% de los estudiantes obtienen notas de notable o excelente.

Curso	Excelente	Notable	Aprobado	Suspendido	No presentado
2014/2015	33 (56,9%)	15 (25,8%)	0 (0%)	2 (3,4%)	8 (13,8%)
2015/2016	5 (8,4%)	30 (50,8%)	5 (8,4%)	11 (18,6%)	0 (0%)

Finalmente indicar que en las encuestas de satisfacción los estudiantes han valorado muy positivamente el TFM. El 88% lo considera excelente y el 96% la considera excelente o bueno.

Valoración global del TFM (2014/2015)	Excelente	Bien	Regular	Deficiente	NS/NC	Total excelente + bien
Especialidad en Buscadores	88,2%	5,9%	5,90%	0,0%	0,0%	95,0%
Especialidad en Documentación Digital	55,6%	44,4%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Global	76,9%	19,2%	3,8%	0,0%	0,0%	96,1%

En relación con las prácticas académicas:

El programa dispone de prácticas profesionales curriculares de una carga crediticia de 7 ECTS y tiene una duración estimada de 175 horas (dos meses).

Las prácticas permiten a la Dirección Académica evaluar el desempeño del alumno en entornos reales y dinámicos. Las prácticas están dotadas de un sistema de doble tutorización: tutor interno (Dirección Académica del curso) y tutor externo (asignado por la empresa en la que el alumno desarrolla sus prácticas y encargado del seguimiento del día a día y aprendizaje del alumno. Este sistema permite asegurar que el alumno adquiera las competencias requeridas en la memoria poniendo en práctica sus conocimientos y habilidades en entornos laborales trabajando la mayoría de las competencias específicas como, por ejemplo:

- Gestionar de manera estratégica la información y la documentación interna y externa de empresas e instituciones a través de la creación de sitios web, sistemas de gestión documental, sistemas de gestión de contenidos, servicio de almacenamiento de archivos en línea y repositorios institucionales.
- Crear sitios web aplicando procedimientos estandarizados que tengan en cuenta las normativas de la accesibilidad, las heurísticas de la usabilidad, los principios de la arquitectura de la información y las recomendaciones del diseño centrado en el usuario.
- Usar cualquier herramienta disponible en Internet que permita obtener datos e información relevante para el diseño web, el posicionamiento en buscadores, el marketing online y la optimización de la presencia en las redes sociales.
- Aplicar las pautas y procedimientos más comúnmente aceptados que aseguren la preservación del patrimonio digital en sitios web, bibliotecas digitales, archivos fotográficos, repositorios institucionales y en general en cualquier sistema de gestión documental.
- Evaluar sitios web, bibliotecas digitales, repositorios institucionales, bancos de imágenes y sonido, archivos fotográficos y bases de datos documentales siguiendo pautas y procedimientos altamente consensuados en la comunidad científica para determinar la calidad de estos sistemas y proponer mejoras.
- Tomar decisiones sobre la mejor manera de alcanzar los objetivos de las empresas e instituciones a través del análisis de los datos proporcionados por herramientas de analítica web,

posicionamiento web, marketing online y de estadísticas del comportamiento de los usuarios en Internet.

- Optimizar la presencia en Internet y en las redes sociales de empresas, organizaciones y personas para ayudar a alcanzar los objetivos comerciales o institucionales planteados.
- Mostrar un alto grado de conocimientos sobre Internet, redes sociales, herramientas para el análisis de la web y de los mejores procedimientos para el diseño, la creación y la evaluación de sistemas para la gestión de la información digital.

La Dirección Académica se muestra satisfecha con los resultados alcanzados por los estudiantes con las prácticas profesionales ya que pone de manifiesto el nivel de formación esperado tanto en el programa como en los niveles especificados en el Marco Español de Cualificaciones para Educación Superior.

En las **Prácticas Académicas Externas** se selecciona a las empresas en función de su relación directa con los contenidos del Máster y de acuerdo con las opciones que puedan tener los estudiantes para poner en práctica las competencias que van adquiriendo. Para ello se valora el tipo de incorporación y las tareas que esté previsto que realicen. Por otro lado, el sistema de evaluación del PAE incluye una valoración por parte del tutor externo asignado por la empresa y una segunda evaluación por parte del tutor de máster a partir de un informe realizado por el estudiante. En esta segunda evaluación se confirma que el estudiante efectivamente ha puesto en práctica las competencias que se habían previstos al autorizar las prácticas.

Como ya hemos indicado, el Máster en Información Digital se imparte 100% online. Esto representa una dificultad para el correcto desarrollo de las Prácticas Académicas Externas. Los estudiantes pueden residir en cualquier lugar del mundo y las ofertas de prácticas en las empresas son presenciales en su inmensa mayoría. Previendo esta situación, en la memoria de verificación del Máster aprobado por AQU se incluyó la posibilidad de intercambiar estas prácticas externas por una asignatura optativa adicional. Esta es la fórmula escogida por la mayoría de los estudiantes.

No obstante, el propósito de la Dirección del Máster es que aumente el número de prácticas externas y para ello se han agilizado los trámites para establecer convenidos de prácticas con empresas. Los estudiantes pueden realizar propuestas de empresas que estén cercanas a su lugar de residencia y que cumplan de forma satisfactoria con todos los criterios necesarios para un desarrollo óptimo de este tipo de prácticas. Los criterios para firmar estos convenios son muy estrictos para asegurar que la actividad de la empresa esté relacionada directamente con los contenidos del máster y sus características aseguren un desarrollo óptimo de estas prácticas.

Las siguientes tablas muestran el alto grado de satisfacción de los empleadores y de los estudiantes respecto al funcionamiento de las Prácticas. La opinión de las empresas es altamente positiva con un 100% de respuesta positiva en las preguntas sobre si considerarían a los participantes como candidatos para la incorporación de un nuevo profesional y sobre si repetirían la aceptación de un estudiante en prácticas. Igualmente, la satisfacción general de las empresas sobre las prácticas es altamente positiva con una puntuación de 9,75 sobre 10.

Satisfacción de las empresas respecto a las Practicas Académicas Externas

El resultado de las prácticas desarrolladas por el participante ha sido satisfactorio:	¿Si tuvieras que incorporar un nuevo profesional en tu equipo de trabajo, considerarías la candidatura de este participante?	¿Repetirías la experiencia de acoger un nuevo participante de este curso?
9,75 sobre 10	SI en un 100%	SI en un 100%

Satisfacción de los estudiantes respecto a las Practicas Académicas Externas

Las tareas asignadas han sido adecuadas a mi nivel de formación	Las prácticas asignadas me han permitido aplicar los conocimientos y herramientas adquiridos en el Máster/Postgrado	Dentro del marco de mi formación, considero que estas prácticas me han sido útiles:	¿Aconsejarías a algún compañero de su curso realizar estas Prácticas Profesionales?:
8,25 sobre 10	8,25 sobre 10	9,25 sobre 10	SI en un 75%

La satisfacción de los estudiantes es igualmente muy positiva, la valoración está por encima de 8,25 puntos sobre 10 en las preguntas sobre la adecuación al nivel de formación, la aplicación de los conocimientos y la utilidad de las prácticas. Igualmente es positiva la respuesta sobre si se aconsejaría la realización de las prácticas a algún compañero un 75%.

Valoración global: satisfacción de los estudiantes

Por último, y a modo de resumen del apartado 6.1, constatar una vez más que todos los indicadores y evidencias confirman la opinión tremendamente positiva de los estudiantes sobre la experiencia educativa global.

A nivel general, los participantes han manifestado un elevado grado de satisfacción con el Máster en Información Digital para las distintas especialidades.

Recomendaría el programa	Documentación digital	Buscadores	Usabilidad
2014-2015	89%	100%	-
2015-2016	84%	100%	100%
2016-2017	100%	75%	100%

Los estudiantes que han realizado el Máster en Información Digital han manifestado un alto grado de satisfacción con los estudios realizados tal como se puede ver en las respuestas a la encuesta a la pregunta de si recomendarían el programa. El porcentaje de respuestas afirmativas es globalmente superior al 95% y en las especialidades en Buscadores y en Usabilidad el 100% de los estudiantes recomendarían el Máster.

Estos datos, junto con las valoraciones de las empresas empleadoras y profesionales y el reconocimiento del sector, nos animan a seguir trabajando en la mejora constante de la titulación para poder seguir cumpliendo con las expectativas de los estudiantes.

6.2. Las actividades formativas, la metodología docente y el sistema de evaluación son adecuados y pertinentes para garantizar el logro de los resultados de aprendizaje previstos.

Las actividades formativas, la metodología docente y el sistema de evaluación han sido diseñados para que los estudiantes adquieran las competencias de aprendizaje previstas y alcancen los resultados de aprendizaje esperados de acuerdo con la memoria de acreditación. Las actividades de formación son muy variadas y adaptadas al formato no presencial en el que se desarrolla el Máster. Cada asignatura está organizada en diversas unidades didácticas centradas en temas concretos y ordenadas de forma coherente. El número de unidades didácticas puede variar entre 12 a 16 en función de las características específicas de cada asignatura.

Cada unidad didáctica tiene una estructura básica común que incluye diversas actividades formativas. Primeramente, se presentan los contenidos teóricos y prácticos por medio de textos, vídeos, mapas conceptuales y conferencias online síncronas (webinars). Seguidamente los estudiantes realizan diversas actividades de aprendizaje para poner en práctica estos conocimientos y acreditar la adquisición de las competencias previstas. En función del tipo de competencia se propone un tipo de actividad específica. Por ejemplo, para las competencias sobre “saber” y “comprender” se realizan actividades como cuestionarios de elección múltiple o ensayos; para las competencias sobre “comunicar” o “debatir” se realizan foros de debate, grabado de vídeos o webinars; para las competencias sobre “aplicar”, “planificar”, “implementar” o “valorar” se realizan estudios de caso, ensayos, tablas comparativas o se desarrollan productos digitales específicos aplicando diversas herramientas; para las competencias relacionadas con el trabajo en equipo se realizan actividades en grupos de 3 personas que son organizadas de forma automática por el aula virtual.

Una de las actividades de aprendizaje más innovadoras está relacionada con los mapas conceptuales. Consiste en presentar a los estudiantes un mapa conceptual que sintetiza los conceptos más importantes de los contenidos de las asignaturas. Asociado al mapa hay un cuestionario de elección múltiple que interroga al estudiante sobre el mapa presentado. Este tipo de actividad ha recibido una valoración muy positiva por parte de los estudiantes. También cabe destacar que cada asignatura tiene una actividad transversal de estudio de caso que se desarrolla en grupos de 3 personas durante las 4 semanas. Esta actividad tiene un peso importante en la calificación global de la asignatura y permite acreditar que los estudiantes saben aplicar los conocimientos adquiridos y tienen habilidades de resolución de problemas, dos de las competencias básicas de la titulación.

La organización de los contenidos en unidades didácticas relativamente cortas permite aplicar un sistema de evaluación variado, flexible, pertinente y controlado. Cada unidad didáctica tiene 3 ó 4 actividades y en global cada asignatura implica la realización de entre 30 y 45 actividades. De este modo al final de cada asignatura, se obtienen muchos indicadores de la evolución de cada estudiante ya que cada actividad implica una calificación. Algunas de estas calificaciones se obtienen de forma automática, como en el caso de los cuestionarios de elección múltiple, en otras el profesor, revisa, comenta y califica, como en los ensayos, los trabajos en grupo o los foros de debate.

En los últimos cursos se ha ido incorporando cada vez más los elementos multimedia, especialmente los vídeos. Los profesores presentan cada unidad didáctica por medio de un vídeo que permite también iniciar un foro de debate. También el tutor pedagógico presenta algunas de sus orientaciones en formato de vídeo. El aula virtual permite registrar vídeo simplemente pulsando un botón tanto para profesores como para estudiantes. Para el curso 2017/2018 se añadirá el requerimiento que una parte de las intervenciones de los estudiantes en los foros de debate deban hacerse en formato vídeo. El objetivo es reforzar la competencia de la comunicación hablada de forma complementaria a la comunicación escrita.

Durante el curso 2016/2017 se ha realizado una prueba piloto con rúbricas de evaluación. Los resultados han sido muy positivos. Permiten que los profesores sean más precisos en el momento de proporcionar un comentario de seguimiento al estudiante, facilitan la ecuanimidad y orientan de forma muy clara el trabajo de los estudiantes puesto que antes de realizar las actividades ya saben cómo serán evaluadas. Está previsto que para el curso 2017/2018 se apliquen rúbricas de evaluación a las actividades de ensayo, en los trabajos en grupo y en el Trabajo Final de Máster.

El TFM es un elemento vertebrador del Máster y para ello se desarrolla individualmente y de forma paralela a la docencia de las distintas asignaturas poniendo en práctica los conocimientos que se van adquiriendo en cada una de ellas. De este modo se asegura la conexión directa entre TFM y los contenidos del Máster. Por otra parte, la evaluación del TFM está programada para que se realicen 10 entregas parciales en fecha concretas durante los 9 meses de duración del máster. Por tanto, se aplica un sistema de evaluación continua que permite detectar y reconducir a los estudiantes con resultados no adecuados evitando acumular la carga de trabajo en los últimos meses cuando ya no hay margen para rectificar.

El Trabajo Final de Máster consiste en el desarrollo de un proyecto web profesional al que se van aplicando todas las técnicas y procedimientos que forman parte de las asignaturas de SEO, SEM, Analítica digital, redes sociales y marketing de contenidos. El calendario del TFM está coordinado con la docencia de estas asignaturas y al finalizar cada una de ellas, el estudiante tiene que aplicar los conocimientos adquiridos al caso concreto de su web del TFM. Posteriormente redactan un informe del trabajo realizado y los resultados obtenidos. Algunas de las webs de nuestros estudiantes siguen operativas después de finalizar el máster. A menudo constituyen proyectos personales con fuentes de ingresos pasivos gracias a la monetización de la web. Durante el curso 2016/2017 se realizó la

evaluación de dos de las entregas por medio de rúbricas como prueba piloto. Los resultados han sido muy satisfactorios y la previsión es generalizar este sistema a partir del curso 2017/2018. La principal ventaja manifestada por los estudiantes es la facilidad para distinguir entre los elementos importantes y los secundarios. A menudo en fases tempranas del aprendizaje es difícil tener criterio en identificar lo esencial. La rúbrica de evaluación, al ser visible para el estudiante, indica de forma clara donde dedicar más esfuerzos.

Indicar que los estudiantes han manifestado un alto grado de satisfacción que el sistema de evaluación del Máster. En un 88,4% indican que es excelente o bueno.

Sistema de evaluación (2014/2015)	Excelente	Bien	Regular	Deficiente	NS/NC	Total excelente + bien
Especialidad en Buscadores	23,5%	64,7%	11,8%	0,0%	0,0%	88,2%
Especialidad en Documentación Digital	77,8%	11,1%	11,1%	0,0%	0,0%	88,9%
Global	69,2%	19,2%	11,5%	0,0%	0,0%	88,4%

Finalmente resaltar que en la formación online es muy importante el material docente puesto que los contenidos se transmiten principalmente por medio de materiales textuales o multimedia. El grado de satisfacción de los estudiantes también es muy positivo en relación a los materiales didácticos. Un 89% manifiestan que es excelente o bueno.

Calidad global del material docente (2015/2016)	Excelente	Bien	Regular	Deficiente	NS/NC	Total excelente + bien
Especialidad en Buscadores	44,4%	44,4%	11,1%	0,0%	0,0%	88,8%
Especialidad en Documentación Digital	16,7%	66,7%	16,7%	0,0%	0,0%	83,4%
Especialidad en Usabilidad	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Global	42,1%	47,3%	10,5%	0,0%	0,0%	89,4%

Igualmente, la valoración de la tutorización del TFM es muy satisfactoria. El 88% lo considera excelente y el 100% la considera excelente o bueno.

Tutorización del TFM (2014/2015)	Excelente	Bien	Regular	Deficiente	NS/NC	Total excelente + bien
Especialidad en Buscadores	88,2%	11,8%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Especialidad en Documentación Digital	88,9%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
Global	88,4%	11,5%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%

Estos datos han sido obtenidos en la encuesta de satisfacción realizada al final del máster. Se realizó otro tipo de encuesta de satisfacción de cada una de las unidades didácticas, al finalizar su docencia durante el desarrollo del Máster. En este tipo de encuesta los estudiantes puntúan de 0 a 10 en relación con si recomendarían la unidad didáctica y cómo podemos ver los resultados son también muy positivos.

Los promedios globales son en todos los casos superiores a 8. Los estudiantes valoran muy positivamente tanto los contenidos como la docencia del profesor en cada una de las unidades didácticas impartidas en el máster. Los resultados son muy parecidos en las 3 especialidades, no se detectan cambios significativos manteniéndose unos valores constantes entre el 8 y el 8,5 en los últimos 3 cursos.

Recomendaciones de cada una de las unidades didácticas	2014/2015	2015/2016	2016/2017
Especialidad en Buscadores	8,38	8,23	8,24
Especialidad en Documentación Digital	8,49	8,09	8,16
Especialidad en Usabilidad	--	8,20	8,28
Global	8,43	8,17	8,22

6.3. Los valores de los indicadores académicos son adecuados para las características de la titulación.

En lo referente a los indicadores académicos tanto la Dirección Académica como el Centro se muestran muy satisfechos con las evidencias y los indicadores ya que ponen de manifiesto la idoneidad de la titulación y muestran una clara mejora continua del programa.

Indicar que los datos relativos a las tasas de rendimiento, abandono y graduación son igualmente muy positivas y coherentes con la satisfacción de los estudiantes (que hemos visto en el epígrafe anterior), con tasas de rendimiento cercanos al 90% y tasas de abandono del 10% (en promedio) a pesar de ser formación online donde habitualmente el abandono es más pronunciado que en la formación presencial.

	2014-2015	2015-2016
Tasa de rendimiento	90,5%	81,7%
Tasa de abandono	7,9%	14,1%
Tasa de graduación	87,3%	64,1%

La tasa de graduación es un poco más baja a lo previsto debido a que algunos estudiantes realizan el Máster en dos años, ya sea porque así lo matricularon desde el principio o porque finalmente constatan que no tienen tiempo suficiente para cursar todas las asignaturas en un año y deciden cursar el Trabajo Final de Máster en un segundo año.

Podemos concluir que los resultados de las tasas son satisfactorios en relación con la media de los másteres del Sistema Universitario Español (modalidad no presencial) publicados en el Ministerio de Educación y Cultura ya que sitúa la tasa de rendimiento en un 67,4%, una tasa de graduación del 21,6% en el caso de las Universidades No presenciales y una tasa de abandono del 33,4% de tasa de

abandono.

<https://www.mecd.gob.es/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/educacion/universitaria/datos-cifras/datos-y-cifras-SUE-2015-16-web-.pdf>

Estos resultados tan satisfactorios son fruto de la calidad del profesorado y su constante formación, el riguroso proceso de selección de los estudiantes que asegura un perfil adecuado, un sistema de evaluación continua motivador, unos materiales didácticos constantemente actualizados con elemento multimedia y un seguimiento personalizado de los estudiantes por parte de los tutores que asegura una rápida respuesta ante situaciones problemáticas que requieran una rectificación.

Referente a las notas de las asignaturas del estudio, si observamos la [tabla](#) de recogida de notas, disponible en el portal de evidencias, podemos ver que la tasa de superación se sitúa por encima del 85%. Además, las calificaciones son en general muy altas ya que en un 73,9% se sitúan entre el notable y el excelente. Igualmente cabe resaltar que la tasa de abandono es del 0%.

Un 14,6% de calificaciones son de suspenso. Teniendo en cuenta que se trata de formación 100% online es una cifra relativamente buena. No obstante, hay algunas asignaturas donde el porcentaje de no superados está por encima de la media, como por ejemplo el Trabajo Final de Máster con un 28%. Se constató que el principal motivo de esta cifra fue la falta del tiempo necesario para el correcto seguimiento de la asignatura. Se trata de una asignatura de 11 ECTS que se desarrolla de forma paralela al resto de asignaturas y que implica un esfuerzo importante y continuado durante 6 ó 7 meses. A partir del curso 2016/2017, cuando se constató esta dificultad, las cifras mejoraron sensiblemente ya que se informó adecuadamente a los estudiantes de la carga de trabajo que implicaba el TFM aconsejando realizar estimaciones realistas del tiempo disponible para dedicar al máster y en caso necesario optar por cursar el máster en dos años.

Por tanto, el resultado académico global del curso es muy bueno. La valoración es todavía mejor si tenemos en cuenta que se trata de formación 100% no presencial, una modalidad académica donde las cifras de abandono y suspensos suelen ser mucho más elevadas de las que aquí presentamos.

Máster Universitario en Marketing

6.1. Los resultados de aprendizaje alcanzados se corresponden con los objetivos formativos pretendidos y con el nivel del MECES de la titulación.

Para el Máster en Marketing los resultados de aprendizaje se corresponden con los objetivos formativos y con el nivel del MECES, tal y como pretendía el diseño del plan de estudios. A lo largo del despliegue de la titulación, incluidas las modificaciones comentadas en el apartado 1.2, se ha ido comprobando que los alumnos han alcanzado los niveles y las competencias pretendidas en la memoria verificada.

La selección de asignaturas, el TFM y las prácticas que detallamos a continuación se ha realizado teniendo siempre en cuenta que permita observar el alcance por parte de los alumnos de las competencias básicas, así como también las específicas.

I) Análisis de Problemas de Marketing y Grandes Bases de Datos / Marketing Analytics and Big Data. La asignatura cuenta con un peso académico de 4 ECTS. Es obligatoria y es impartida por Carolina Luís Bassa y Manel Guerris.

- Objetivos:
 - Conocer los nuevos retos a los que deben enfrentarse los profesionales de marketing que quieran mejorar los servicios y productos de empresas/organismos utilizando tecnologías y principios documentales de extracción y análisis de información de grandes volúmenes de datos, acceso y difusión en móviles, y presencia en redes sociales.
 - Entender la importancia de las bases de datos y bases de conocimientos para la gestión y logro de objetivos de la empresa
 - Entender el concepto de indicador de gestión (*Key Performance Indicator*), su diseño y aplicación para medir la gestión de marketing.
 - Aprender cómo integrar eficientemente la información interna y externa de la empresa
 - Aprender a aplicar la inteligencia de negocios a través de las herramientas y el correcto análisis de los datos.
- Contenidos:
 - 1. *Big Data*: El enorme repositorio de datos
 - 1.1. Introducción
 - 1.2. Historia
 - 1.3. ¿Qué es *Big Data*?
 - 1.4 Cloud Computing
 - 1.5 Internet de las cosas
 - 2. Sistemas de Tecnología de información para *Big Data*
 - 3. Analítica de datos: M2M; *Data Mining*; *In Memory Computing*
 - 4. Aplicaciones comerciales y de negocio del *Big Data*
 - 5. Aplicaciones para *CRM*
 - 6. Casos de estudio

- Competencias:

A nivel general, las competencias que desarrolla en la asignatura son las siguientes:

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

A nivel específico, las competencias que desarrolla el módulo son las siguientes:

- Decidir entre las principales metodologías de investigación de mercados y captación de “*consumer insights*” para la toma de decisiones junto a empresas de investigación de mercados.
- Aplicar los modelos y metodologías de seguimiento y actualización tanto de estrategias como tácticas de marketing, y también de la cartera de productos y clientes, con la finalidad de poder llegar a los objetivos de gestión planteados.

- Resultados del aprendizaje:

- Diferenciar metodológicamente las opciones de investigación de mercados.
- Discriminar entre las ventajas y las limitaciones de cada una de las metodologías
- Diferenciar la utilidad de la información proveniente de la puesta en práctica de cada una de las metodologías.
- Realizar la planificación completa de un estudio de mercados.
- Diferenciar entre los modelos y metodologías de seguimiento disponibles
- Elegir entre los modelos y metodologías de seguimiento disponibles
- Aplicar los análisis realizados para la toma de decisiones de apoyo o de mantenimiento o de desinversión de marcas y/o productos

- Metodologías docentes:

- Actividades presenciales dedicadas a la resolución de ejercicios prácticos a partir de los datos suministrados por el profesor (trabajo con empresas para solución de casos concretos, análisis de empresas...)
- Sesiones de clase expositivas basadas en la explicación del profesor (explicaciones conceptuales y modelos de análisis como el propuesto por Payne y Frow)
- Seminarios de discusión sobre lecturas previamente asignadas
- Seminarios de experiencias profesionalizadoras. *Best practices* empresariales

II) Comportamiento del consumidor/Consumer behaviour. La asignatura cuenta con un peso académico de 4 ECTS. Es obligatoria y es impartida por los Doctores Gert Cornelissen y Roger Pagá.

- Contenidos:

- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. QUÉ ES, SUS BASES Y QUÉ APORTA AL MARKETING
 - La necesidad de conocer al consumidor en el contexto actual.
 - IM y toma de decisiones en Marketing.
 - El departamento de IM dentro de las empresas.
 - El proceso de desarrollo de un estudio. Fases. Criterios clave en cada fase.
- EL FUNCIONAMIENTO DEL MERCADO DE IM
 - Tipos de institutos y agencias. Áreas de especialización.
 - Volumen del mercado de IM. Segmentación por tipos de estudios y sectores clientes.
 - Visión general por tipos de estudios. Características principales.
 - Ad hoc (Cuantitativos, Cualitativos) / Paneles / Otros Continuos.
 - Canales de obtención de la información.
 - Por áreas de actividad del Dpto. de marketing.
 - Asociaciones profesionales y código ético.
 - Tendencias actuales: la investigación online, la etnografía, etc.
- INVESTIGACIÓN SOBRE PRODUCTO
 - Innovación: Búsqueda de nuevos productos y optimización del portafolio.
 - Trabajo con conceptos: Desarrollo de conceptos y Test de conceptos.
 - Line extension – Brand extensión.
 - Test de producto: diferentes variantes.
 - Valoración de elementos del mix y coherencia global. Packaging, Precio, Promociones.
 - La decisión de compra, la prescripción, el punto de venta.
- ESTUDIAR LA RELACIÓN DE CONSUMIDOR CON LA MARCA
 - La identidad de marca desde el consumidor.
 - Valoración del Posicionamiento.
 - Seguimiento de la evolución de la marca.
 - Genética y Prospectiva de marca: Brand Streaching.
- IM DURANTE EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN
 - Funcionamiento y eficacia de la publicidad. Repercusión hacia la IM publicitaria.
 - Territorio comunicación y follow up de comunicación.
 - Optimización en fases iniciales de construcción de campaña.
 - Pretest. Modelos.
 - Tipos de Postest.
- ESTUDIOS CONTINUOS
 - Panel de detallistas.
 - Panel de consumidores.
 - Panel de audiencia.
 - Paneles específicos.

- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y CREATIVIDAD
 - Por qué Creatividad en IM.
 - Los *insights*. El *insight* desde el punto de vista de la IM.
 - Detección de *insights* y desarrollo creativo de acciones para conseguir diferenciación y superioridad.
 - Comprensión y práctica del pensamiento creativo.
- IM Y TOMA DE DECISIONES EN MARKETING
 - La participación del equipo de marketing en el proceso de IM.
 - Workshops: alinear al equipo con la información.
 - Compartir los aprendizajes de la IM.
 - Formas de pensamiento (Creativo – Ejecutivo).
 - Alinear al equipo: el Workshop.
- Competencias:

A nivel general, las competencias que desarrolla el módulo son las siguientes:

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

A nivel específico, las competencias que desarrolla el módulo son las siguientes:

- Aplicar los modelos de toma de decisiones de gestión de marketing basadas en la intuición, co-creación, creatividad, pensamiento crítico y toma de responsabilidades incluyendo la dimensión social.
 - Decidir entre las principales metodologías de investigación de mercados y captación de “consumer insights” para la toma de decisiones junto a empresas de investigación de mercados.
- Resultados del aprendizaje:
 - Analizar datos provenientes de investigación de mercados de metodología diversa.
 - Analizar las situaciones de toma de decisión de forma intuitiva y técnica.
 - Incluir la dimensión social en la toma de decisiones.
 - Aplicar un análisis comparativo y holístico a la toma de decisiones.
 - Realizar la tomar decisiones con creatividad y/o incluyendo la co-creación.

- Diferenciar metodològicament les opcions de investigació de mercats.
 - Discriminar entre les ventajes y las limitaciones de cada una de las metodologías.
 - Diferenciar la utilitat de la informació proveniente de la puesta en práctica de cada una de las metodologías.
 - Realizar la planificación completa de un estudio de mercados.
- Metodologies docents:
 - Sesiones de clase expositivas basadas en la explicación del profesor (explicaciones conceptuales y modelos de análisis como el propuesto por Payne y Frow).
 - Seminarios de discusión sobre lecturas previamente asignadas.
 - Prácticas realizadas en aulas de informática para profundizar en los conceptos explicados en las clases y seminarios mediante su aplicación a datos reales.
 - Actividades presenciales dedicadas a la resolución de ejercicios prácticos a partir de los datos suministrados por el profesor (trabajo con empresas para solución de casos concretos, análisis de empresas...).
 - Tutorías no presenciales para las que el alumno dispondrá de recursos telemáticos como el correo electrónico y los recursos de la intranet de la UPF.
 - Trabajo individual (preparación de exposiciones orales, lectura de textos especializados, comentarios de texto).
 - Trabajo en grupo (elaboración de trabajos, presentación de casos, presentaciones de temas por parte de los alumnos).

III) **Trabajo de Fin de Máster (TFM)**. El TFM cuenta con carga crediticia de 6 ECTS. En la guía docente se detalla que el mismo puede ser abordado como un trabajo de investigación, o un estudio y análisis de un caso práctico a través de un Plan de Marketing real.

- Contenidos:

El Trabajo Fin de Máster (TFM) constituye una de las ejecuciones clave que muestra el nivel de formación adquirido en los estudios cursados. Es una de las actividades de aprendizaje más importantes del programa, puesto que el estudiante tiene la oportunidad de profundizar en el estudio de un tema de su interés y además puede desarrollar competencias y habilidades generales y básicas, como la capacidad de planificar un proceso, resolver problemas, analizar e interpretar resultados, o defender propuestas mediante una comunicación eficiente, entre otras.

El TFM consiste en la planificación, realización, presentación y defensa de un plan de marketing o un trabajo de investigación teórica o aplicada sobre un área específica. Su finalidad es propiciar la aplicación de las habilidades y los conocimientos adquiridos en el resto de las materias del Máster, así como facilitar el desarrollo de competencias relevantes.

El TFM se realiza bajo la dirección de un tutor, cuya función es orientar y ayudar al estudiante en cada una de las fases de su realización.

Objetivos:

- Profundizar en el estudio de un tema del ámbito del Máster.
- Conocer y aplicar los principios y metodologías de la investigación: búsqueda documental, recogida, análisis e interpretación de información, presentación de conclusiones y redacción del trabajo.
- Aplicar las habilidades y los conocimientos adquiridos a lo largo del Máster.

Las funciones del tutor son principalmente:

- Asesorar y hacer un seguimiento del proceso de elaboración del TFM a través de la orientación en la búsqueda de documentación, de bibliografía, la orientación sobre la planificación y la investigación, sobre la estructura del trabajo, la gestión del tiempo y la revisión del proceso seguido.
- Evaluar el proceso de elaboración del trabajo y dar el visto bueno para su presentación.

- **Competencias:**

A nivel general, las competencias que desarrolla el módulo son las siguientes:

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

A nivel específico, las competencias que desarrolla el módulo son las siguientes:

- Aplicar las herramientas prácticas y modelos teóricos a los resultados de la investigación realizados para la selección de mercados y la planificación estrategia de la gestión del marketing.
- Planificar a través del dominio de las técnicas específicas, los diferentes elementos del marketing mix que están conectados al marketing de una empresa
- Incorporar las diferentes técnicas y modelos de toma de decisiones de elementos del marketing mix en el desarrollo de un plan de marketing completo.
- Aplicar las técnicas de implementación de mercado para el diseño e implementación de un plan de acción en el punto de venta.

- Resultados del aprendizaje:
 - Integrar dentro de un plan de marketing todos los elementos del marketing mix.
 - Medir el potencial de mercado y hacer una estimación de ventas.
 - Estimar el coste económico de una planificación de marketing mix dada.
 - Realizar un plan de marketing completo.
 - Analizar datos provenientes de investigación de mercados de metodología diversa.
 - Diferenciar entre métodos de análisis para identificar el más apropiado para realizar la selección y planificación de mercados.
 - Seleccionar las herramientas y métodos para el análisis de las oportunidades de mercado y para realizar la selección de mercados.
 - Usar las herramientas de planificación para la toma de decisiones de entrada en el mercado.
 - Discriminar entre las diversas decisiones que componen el marketing mix para su ejecución.
 - Aplicar las técnicas de análisis para facilitar la toma de decisiones correspondientes a los elementos del marketing mix en función de los resultados.
 - Realizar recomendaciones de gestión de todos los elementos del marketing mix.
 - Diferenciar entre las diferentes posibilidades tácticas de implementación del plan de marketing.
 - Elaborar un plan promocional.
 - Realizar un plan de acción en el punto de venta.

- Metodologías docentes:
 - Realización de trabajos individuales (preparación de exposiciones orales, lectura de textos especializados, comentarios de texto).
 - Trabajo en grupo (elaboración de trabajos, presentación de casos y presentaciones de temas por parte de los alumnos, etc.).
 - Actividades presenciales dedicadas a la resolución de ejercicios prácticos a partir de los datos suministrados por el profesor en formato seminarios/taller (trabajo con empresas para solución de casos concretos, análisis de empresas...).
 - Tutorías presenciales de personalización del proceso de aprendizaje, consultas con el tutor asignado, interno o externo. Y apoyo del tutor a lo largo de todo el proceso.

IV) **Prácticas Curriculares.** El programa dispone de prácticas académicas externas obligatorias, con una carga de 8 ECTS y una duración de 200 horas. Las más de 100 empresas y entidades que acogen estudiantes en prácticas son adecuadas para el desarrollo profesional de los estudiantes. El criterio de selección de las empresas va ligado a la relación directa de su oferta de prácticas con los contenidos del máster. Y de acuerdo con las opciones que puedan tener los estudiantes para poner en prácticas las competencias que van adquiriendo. Para ello el Servicio de Carreras Profesionales junto con el Director Académico del título valoran las tareas previstas.

Las prácticas permiten a la Dirección Académica evaluar el desempeño del estudiante en entornos reales y dinámicos. Las prácticas están dotadas de un sistema de doble tutorización: tutor interno (Dirección Académica del curso) y tutor externo (asignado por la empresa en la que el alumno desarrolla sus prácticas y encargado del seguimiento del día a día y aprendizaje del alumno. Este sistema permite asegurar que el alumno adquiera las competencias requeridas en la memoria poniendo en práctica sus conocimientos y habilidades en entornos laborales trabajando así **todas las competencias (tanto básicas como específicas).**

- Contenidos:

El proyecto final se podrá realizar en consecución con prácticas profesionales en empresas líderes de marketing en las tres temáticas principales que hemos definido dentro del Máster Universitario en Marketing.

Ejemplos de empresas que podrían ofrecer prácticas curriculares:

- *Consumer Insights*: Con empresas tales como AC Nielsen, IRI, Emer-GFK, Milward Brown Spain, TNS/Kantar, etc.
- *Brand Management*: Coca-Cola Company, Procter&Gamble, Unilever, Johnson&Johnson, Danone, etc.
- Estrategia de Comunicación: Carat Media, McCann Ericsson, J. Walter Thomson, Saatchi&Saatchi, Europe RSCG, etc.

En el caso de las prácticas profesionales se llevará a cabo una evaluación continua por parte del Director Académico y de un tutor en la empresa. Se deberá llevar a cabo un informe final que especifique los logros y lo relacione con los conocimientos.

En el caso que el cierre de prácticas con las empresas no sea posible, la actividad de práctica se podrá sustituir con una práctica de investigación dentro de la universidad.

La convalidación de los créditos por trabajo profesional de características similares también será posible.

- Competencias:

A nivel general, las competencias que desarrolla el módulo son las siguientes:

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

A nivel específico, las competencias que desarrolla el módulo son las siguientes:

- Aplicar los modelos de toma de decisiones de gestión de marketing basadas en la intuición, co-creación, creatividad, pensamiento crítico y toma de responsabilidades incluyendo la dimensión social.
 - Aplicar las herramientas prácticas y modelos teóricos a los resultados de la investigación realizados para la selección de mercados y la planificación estrategia de la gestión del marketing.
 - Planificar a través del dominio de las técnicas específicas, los diferentes elementos del marketing mix que están conectados al marketing de una empresa.
- Resultados del aprendizaje:
 - Analizar las situaciones de toma de decisión de forma intuitiva i técnica.
 - Incluir la dimensión social en la toma de decisiones.
 - Aplicar un análisis comparativo y holístico a la toma de decisiones.
 - Realizar la tomar decisiones con creatividad y/o incluyendo la co-creacionCE3.
 - Analizar datos provenientes de investigación de mercados de metodología diversa.
 - Diferenciar entre métodos de análisis para identificar el más apropiado para realizar la selección y planificación de mercados.
 - Seleccionar las herramientas y métodos para el análisis de las oportunidades de mercado y para realizar la selección de mercados.
 - Usar las herramientas de planificación para la toma de decisiones de entrada en el mercado.
 - Discriminar entre las diversas decisiones que componen el marketing mix para su ejecución.
 - Aplicar las técnicas de análisis para facilitar la toma de decisiones correspondientes a los elementos del marketing mix en función de los resultados.
 - Realizar recomendaciones de gestión de todos los elementos del marketing mix.

Metodologías docentes:

- Tutorías presenciales de personalización del proceso de aprendizaje, consultas con el tutor asignado, interno o externo. Y apoyo del tutor a lo largo de todo el proceso.
- Consultas con el tutor asignado (interno en la empresa y externo o propio del programa). Los tutores designados por la propia empresa o institución llevarán a cabo la supervisión de las actividades que le sean asignadas al estudiante, así como el informe de valoración. Los tutores externos/académicos, harán seguimiento del estudiante que se encuentre realizando esta experiencia y se presenta como apoyo académico del estudiante a lo largo de todo el periodo.

Tal como se recoge en la memoria del Máster, el objetivo general del mismo es la formación de profesionales para la gestión del área funcional marketing en una empresa u organización. Para poder certificar que los estudiantes han alcanzado los aprendizajes requeridos en el Máster, el sistema de evaluación utilizado se detalla en los planes docentes de cada asignatura. Dichos planes docentes están integrados en el aula global del programa a disposición de los estudiantes. Muestras de los mismos se pueden encontrar en el portal de evidencias.

Cabe destacar la variedad de recursos docentes a disposición de los alumnos, con el objeto de facilitar el proceso de aprendizaje a lo largo del Máster: material de apoyo para la preparación y seguimiento de las clases; herramientas que facilitan la comunicación entre el alumno y el profesor; juegos de empresa para la simulación de los procesos de toma de decisiones; diversas bases de datos empresariales de carácter internacional especializadas en las áreas de marketing y de finanzas; plataformas y bases de datos de revistas académicas y publicaciones de empresa, patentes, publicaciones, etc. En el apartado 5.2 se detallan los diversos recursos con los que cuentan los estudiantes.

En relación con las asignaturas:

La Dirección Académica se muestra satisfecha con los resultados alcanzados por los estudiantes en las asignaturas seleccionadas ya que ponen de manifiesto el nivel de formación esperado tanto en el programa como en los niveles especificados en el Marco Español de Cualificaciones para Educación Superior.

En las diferentes muestras presentes en el portal de evidencias se puede observar cómo las calificaciones de los estudiantes reflejan un desempeño y aprendizaje satisfactorios para las distintas asignaturas que conforman el máster. De igual manera, las valoraciones de los cursos por parte de los estudiantes reflejan un alto nivel de satisfacción tanto con los cursos como con el profesorado:

Asignatura 1: **Análisis de Problemas de Marketing y Grandes Bases de Datos / Marketing Analytics and Big Data**. El 100% de los alumnos aprobó la asignatura con una nota media de 8,8/10. En cuanto a la evaluación del curso por parte de los alumnos, como se refleja en el portal de evidencias, en la última encuesta realizada a los estudiantes (curso 2016-2017), con un 78,6% de participación (33/42), un 90,9% de los estudiantes valoró el nivel de satisfacción global de la asignatura como excelente/bueno. En referencia a la evaluación global del profesor, un 93,9% valoró a la profesora Carolina Luís Bassa como excelente/bueno, y un 87,9% valoró al profesor Manel Guerris como Excelente/buena.

Análisis de Problemas de Marketing y Grandes Bases de Datos/ Marketing Analytics and Big Data	Excelente	Notable	Aprobado	Suspenso
Nota obtenida por el participante	50%	50%	0%	0%

Análisis de Problemas de Marketing y Grandes Bases de Datos/ Marketing Analytics and Big Data	Excelente	Bien	Otras
Evaluación de la asignatura por parte del participante	33,3%	57,6%	9,1%
Evaluación del profesorado por parte del participante	24,2%	57,6%	6,1%
Evaluación del profesorado por parte del participante	30,3%	57,6%	12,1%

Asignatura 2: **Comportamiento del consumidor/Consumer behavior**. Las calificaciones de los estudiantes reflejan un desempeño y aprendizaje satisfactorios a lo largo del curso. El 100% de los alumnos aprobó la asignatura, con una nota media de 7,2/10. En cuanto a la evaluación del curso por parte de los alumnos, como se refleja en el portal de evidencias, en la última encuesta realizada a los estudiantes (curso 2016-2017), con un 67.4% de participación (29/43), el 100% de los estudiantes valoró el nivel de satisfacción global de la asignatura como excelente/bueno. En referencia a la evaluación global del profesor Roger Pagá, el 100% valoró como excelente/bueno.

Comportamiento del Consumidor/ Consumer Behavior	Excelente	Notable	Aprobado	Suspense
Nota obtenida por el participante	2,4%	61,9%	35,7%	0%

Comportamiento del Consumidor/ Consumer Behavior	Excelente	Bien	Otras
Evaluación de la asignatura por parte del participante	89,7%	10,3%	0%
Evaluación del profesorado por parte del participante	82,8%	17,2%	0%

El alto nivel de satisfacción de los estudiantes al culminar el Máster (100% de recomendación en la última edición 2016-2017) se refleja en la fuerte y creciente demanda por parte del público (85% de crecimiento en las preinscripciones respecto del año 2015-2016). Los datos de demanda del programa y satisfacción de los egresados evidencian su consolidación en su tercer año de vida.

En relación con el TFM:

La Dirección Académica se muestra satisfecha con los resultados alcanzado por los estudiantes en el Trabajo Final de Máster ya que pone de manifiesto el nivel de formación esperado tanto en el programa como en los niveles especificados en el Marco Español de Cualificaciones para Educación Superior.

Asimismo, las temáticas de los trabajos se seleccionan en base a los criterios establecidos por las áreas académicas del Centro.

En las diferentes muestras presentes en el portal de evidencias se puede observar que las calificaciones de los estudiantes reflejan un desempeño y aprendizaje satisfactorios en la elaboración y defensa del TFM. En la última edición (2016-2017) el 100% de los alumnos aprobó el trabajo, con una nota media de 8,4/10. Con un 81,4% de participación (35/43), el 94,3% de los estudiantes valoró el nivel de satisfacción global del TFM como excelente/bueno. Adicionalmente, el 91,4% de los estudiantes valoró como excelente/bueno el grado en el cual la elaboración y defensa del TFM ha cumplido con las expectativas.

Trabajo Final de Máster	Excelente	Notable	Aprobado	Suspense
Nota obtenida por el participante	32,55%	62,8%	2,32%	2,32%

El TFM se defiende ante un tribunal compuesto por tres profesores del Máster, que se asignan en función del tema (lanzamiento de producto en mercados extranjeros, marketing industrial, marketing de servicios, marketing online, marketing social...). Priorizando la presencia de doctores y sin que participe el tutor en el tribunal.

La evaluación de dicho tribunal está perfectamente pautada mediante rúbricas y pondera el 20% de la nota final del TFM. El tribunal considera aspectos como la presentación, la claridad y consistencia del plan, y cómo responde el estudiante a las preguntas formuladas. De igual manera, el tutor redacta un informe haciendo uso de una rúbrica y evalúa los distintos aspectos del trabajo: el grado de implicación del alumno en el proyecto a lo largo del curso, la calidad del plan, la consistencia de las estrategias y las acciones diseñadas, etc. La nota del entregable (70%) del TFM es consensuada entre el tutor y los directores del programa. En el portal de evidencias se pone a disposición de los evaluadores las rúbricas que deben rellenar tanto el tribunal como el tutor para evaluar cada TFM. Para alcanzar el resto de la nota del TFM se tienen en cuenta la participación del estudiante en los seminarios y talleres preparatorios lo que supone un 10%.

Como se observa en los planes de mejora, de cara al 17-18, se ha propuesto una modificación de estos porcentajes del sistema de evaluación con el objetivo de introducir y potenciar las defensas y las entregas parciales del TFM.

Para que el alumno tenga claro en todo momento que se espera de él y del TFM, tienen a su disposición desde el primer día de curso una guía de cómo elaborar el TFM, en el que se distingue entre cómo elaborar un plan de marketing de ámbito más profesional o un trabajo de investigación en caso de que el estudiante decida un realizar un trabajo más académico.

Adicionalmente y para asegurar el cumplimiento de los objetivos marcados por el TFM se hace firmar tanto a tutor como a alumno una carta de compromiso que clarifica el papel de cada uno de ellos en el desarrollo del TFM. Sin duda, este hecho facilita desde el momento cero la relación y favorece un mejor resultado final.

El principal objetivo del TFM consiste en que el alumno demuestre que es capaz de aplicar en la práctica los conocimientos adquiridos y tiene la capacidad para explicarlos con suficiencia.

A lo largo del programa, con periodicidad mensual, se organizan sesiones informativas en las que los directores académicos explican las claves para desarrollar un buen TFM y clarifican dudas.

Todo lo explicado anteriormente explica que los resultados obtenidos en el TFM sean tan positivos y permiten asegurar a la Dirección Académica que los objetivos docentes marcados y competencias se adquieran de manera satisfactoria. Cabe destacar que la realización del TFM a lo largo del curso conlleva la adquisición de importantes competencias tales como la aplicación de herramientas prácticas para la evaluación y selección de los mercados a los que se dirige una empresa, la incorporación de las diversas técnicas y modelos de toma de decisiones en marketing, y la planificación de las diversas herramientas que componen el marketing mix, entre otras.

Desde la Dirección Académica consideramos que este proceso satisface tanto las expectativas del alumno como el necesario proceso de asimilación de competencias asociadas al TFM. Muestra de ello son las encuestas realizadas a los participantes en lo que se refiere a TFM. En la tabla se muestran los resultados para el curso académico 2016-2017:

Valoración el TFM	Globalmente	Ha cumplido las expectativas	Disponibilidad del tutor
Excelente	42,86%	40,00%	74,29%
Bien	51,43%	51,43%	22,86%
Regular	5,71%	8,57%	2,86%
Deficiente	0,00%	0,00%	0,00%

En estas mismas encuestas se encuentran comentarios “cualitativos” muy positivos sobre los aspectos valorados en el TFM y que creemos son relevantes: “práctica de lo aprendido”, “es un plan académico con aplicación real y profesional”, “profundizar en una empresa y mejorar las habilidades de presentación puestas en común”, “poder aplicar los conceptos”, “que pudimos aplicar todos los temas aprendidos y se pudo realizar un plan real para el uso de la empresa”, “la organización y gestión del TFM”, “me encantó la oportunidad de poner en práctica todo lo que hemos aprendido en el curso, con un gran tutor y para generar resultados factibles y reales”, “el poder aplicarlo en mi propio negocio”, “la mejor manera de aplicar conocimientos”, “la aplicación práctica de los temas de forma integral”.

En relación con las prácticas académicas externas:

La Dirección Académica se muestra satisfecha con los resultados alcanzados por los estudiantes con las prácticas profesionales ya que pone de manifiesto el nivel de formación esperado tanto en el programa como en los niveles especificados en el Marco Español de Cualificaciones para Educación Superior.

En la última edición 2015-2016, los resultados de las encuestas de satisfacción muestran que la valoración de las prácticas por parte de los estudiantes es altamente positiva. Con una media de 8,7/10 los estudiantes consideran que las prácticas han sido útiles, que han sido adecuadas a su nivel de formación (8,3/10) y que les han permitido aplicar los conocimientos y herramientas adquiridas en el Máster (8,5/10). Finalmente, el 91.4% de los estudiantes recomendarían a un compañero de su curso realizar las prácticas profesionales.

Las tareas asignadas han sido adecuadas a mi nivel de formación	Las prácticas asignadas me han permitido aplicar los conocimientos y herramientas adquiridos en el Máster/Postgrado	Dentro del marco de mi formación, considero que estas prácticas me han sido útiles	¿Aconsejarías a algún compañero de su curso realizar estas Prácticas Profesionales?
8,3 sobre 10	8,5 sobre 10	8,7 sobre 10	SI en un 91,4%

Para asegurar la fiabilidad de este proceso de aprendizaje, tanto el tutor externo como el alumno, realizan un informe final de evaluación de las prácticas; hecho que permite junto con el citado seguimiento continuo por parte del tutor interno detectar las empresas más idóneas donde realizar de cara a posteriores años académicos.

A nivel más concreto, el tutor externo evalúa la tarea desempeñada en el lugar de trabajo teniendo en cuenta competencias técnicas y generales del alumno en prácticas valorando aspectos como la capacidad de desarrollo de las tareas encomendadas, la capacidad de organización y gestión, la adaptabilidad, la flexibilidad o la capacidad de análisis.

El alumno en prácticas evalúa la empresa de acogida, el proyecto y las tareas que se le han asignado, la posibilidad de aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos en el programa, así como de mejorar sus capacidades.

Es importante destacar el elevado grado de satisfacción de empleadores; aspecto que se demuestra en el elevado grado de repetición y fidelización de empresas que solicitan alumnos en prácticas y en las encuestas a empleadores. Evidencia de ello es la altísima nota que obtienen los alumnos del programa que han cursado prácticas cuando son evaluados por los empleadores. Para la última edición 2016-2017 se pudo observar que sobre 10, el participante recibe una nota media de 8.4 en cuanto a satisfacción general con el alumno en prácticas, que el 83.4% consideraría la candidatura del alumno para incorporarlo a su organización si tuviese un hueco en su organización y que un 90% de los empleadores acogería de nuevo un alumno del programa en prácticas en su organización.

El resultado de las prácticas desarrolladas por el participante ha sido satisfactorio	¿Si tuvieras que incorporar un nuevo profesional en tu equipo de trabajo, considerarías la candidatura de este participante?	¿Repetirías la experiencia de acoger un nuevo participante de este curso?
8,4 sobre 10	SI en un 83,4%	SI en un 90%

Estas evidencias demuestran que los alumnos del programa han adquirido las competencias exigidas en el Máster y están preparados para el entorno profesional (objetivo general y principal del programa).

En lo que respecta al grado de satisfacción de los estudiantes con las prácticas, observamos que en un 91.4% los alumnos que han realizado prácticas lo recomendarían a un compañero y que, puntuando de 0 a 10, las prácticas obtienen una muy alta calificación (8.3) en cuanto a utilidad, aplicabilidad práctica (8.5) y adecuación con el nivel de formación (8.7).

Las tareas asignadas han sido adecuadas a mi nivel de formación	Las prácticas asignadas me han permitido aplicar los conocimientos y herramientas adquiridos en el Máster/Postgrado	Dentro del marco de mi formación, considero que estas prácticas me han sido útiles:	¿Aconsejarías a algún compañero de su curso realizar estas Prácticas Profesionales?:
8,3 sobre 10	8,5 sobre 10	8,7 sobre 10	SI en un 91,4 %

Destacar el alto grado de satisfacción con las prácticas por parte de los alumnos y de los empleadores. Para la Dirección Académica, este hecho es fruto de un buen proceso de selección y de un buen trabajo coordinado entre Dirección Académica, profesorado y alumnado, con las metodologías correctas y que permiten crear o potenciar perfiles que tienen un muy buen encaje en empresa.

Valoración global: satisfacción de los estudiantes

Por último, y a modo de resumen del apartado 6.1, constatar una vez más que todos los indicadores y evidencias confirmar la evolución claramente positiva de la valoración los estudiantes sobre la experiencia educativa global. A nivel general, los participantes del Máster han manifestado un elevado grado de satisfacción de la titulación que han llevado a cabo. La evaluación final recogida muestra una rápida consolidación del programa, alcanzando un 88% de recomendación por parte de los egresados en el segundo año (curso 2015-2016), y el 100% de recomendación en el tercer año (curso 2016-2017).

A continuación, se presenta un histórico de satisfacción que muestra como la evolución es positiva y que supera el 80% de recomendación, límite inferior establecido por el Consejo de Estudios.

	<i>Participación en la encuesta (Nº respuestas / Nº inscritos)</i>		<i>SI</i>	<i>NO</i>	<i>NS/NC</i>
<i>Curso 2014-2015</i>	<i>24 / 36</i>	<i>Recomendaría el programa</i>	<i>41,7%</i>	<i>41,7%</i>	<i>16,7%</i>
<i>Curso 2015-2016</i>	<i>25 / 35</i>	<i>Recomendaría el programa</i>	<i>88,0%</i>	<i>12,0%</i>	<i>0%</i>
<i>Curso 2016-2017</i>	<i>35 / 43</i>	<i>Recomendaría el programa</i>	<i>100%</i>	<i>0%</i>	<i>0%</i>

Esta evolución francamente positiva junto con las opiniones de los empleadores y el reconocimiento del sector nos animan a seguir trabajando en la mejora constante de la titulación.

6.2. Las actividades formativas, la metodología docente y el sistema de evaluación son adecuados y pertinentes para garantizar el logro de los resultados de aprendizaje previstos

Las actividades de formación, las metodologías utilizadas y el sistema de evaluación desarrollados en el Máster en Marketing se consideran acordes y pertinentes para el alcance de los resultados de aprendizaje.

Desde la Dirección Académica se ha hecho énfasis en garantizar que los programas docentes de las asignaturas se alineen con las actividades formativas especificadas en la memoria del Máster. Adicionalmente las metodologías utilizadas en las asignaturas siguen las pautas indicadas en los apartados “metodologías docentes” detallados en la memoria y en las guías docentes.

En lo referente a los métodos de evaluación, los profesores responsables de cada módulo se guían por las ponderaciones indicadas en el apartado “métodos de evaluación” detallados en la memoria. Los criterios de evaluación son acordes con los especificados en la memoria del programa a la vez que coherentes con la filosofía de la dirección del programa. Como se ha comentado en el punto 6.1, en todas las metodologías se intenta equilibrar convenientemente el peso del examen con las resoluciones de casos, trabajos en grupo, exposiciones, etc. El objetivo es ayudar a que el participante adquiera tanto las competencias específicas como las generales a las que se compromete el Máster, y que su evaluación por parte del profesorado valore esta adquisición de competencias. Por lo tanto, el sistema de evaluación está pensado para que se adquieran competencias y que el participante tenga en cada asignatura una evaluación de amplio espectro y no exclusivamente memorístico. Este tipo de evaluación pretende también asemejarse el máximo posible al entorno laboral del responsable de Marketing en una empresa u organización, siendo éste un profesional que tiene que atesorar un amplio abanico de competencias, no sólo las memorísticas.

En resumen, las actividades de formación son acordes con los resultados de aprendizaje señalados en la memoria de Verificación de la titulación. Las competencias previstas para los futuros titulados se traducen en resultados de aprendizaje que implican conocimientos, habilidades y formas de comportarse ligadas a valores éticos y/o profesionales.

Actividades formativas y metodologías habituales en la docencia del máster

Para obtener los resultados de aprendizaje esperados y las competencias previstas en la memoria del programa se utilizan diversas actividades formativas con el objetivo de motivar e involucrar al máximo al alumno en su proceso de aprendizaje. Las actividades y la metodología docente incluyen los siguientes puntos:

- 1) **Clases magistrales:** actividades en aula que permiten la adquisición de conocimientos. En el área de Marketing algunos de estos conocimientos son teóricos (análisis del entorno, criterios de segmentación, estrategias de posicionamiento, canales de comunicación, estrategias de distribución, etc.), aunque el objetivo final es que los alumnos tengan la base para poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y aplicación de ideas (CB6) y que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios (CB8). También se pretende que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo (CB10), puesto que los estudiantes deberán profundizar en algunos de estos conocimientos posteriormente cuando se enfrenten a la implementación de estrategias y acciones específicas de marketing en la organización.
- 2) **Simulaciones de problemas de marketing:** normalmente dentro del marco de la clase magistral, se presentan a los participantes distintas situaciones a las que deben hacer frente. Normalmente se tratan de casos cortos, píldoras prácticas, que los alumnos deben resolver rápidamente para posteriormente discutir juntamente con el profesor en clase. Estas simulaciones de toma de decisiones para la resolución de casos reales de empresa ayudan a que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos e incrementan su capacidad de resolución de problemas (CB7), aspecto que es evaluado posteriormente en los casos prácticos de cada asignatura.
- 3) **Trabajos en grupo:** Son actividades en grupos reducidos, normalmente fuera del aula para potenciar competencias generales, como el trabajo en grupo, el aprendizaje autónomo, el aprendizaje basado en la resolución de problemas y la puesta en práctica de los conceptos teóricos aprendidos en clase. Las decisiones y acciones de marketing afectan a otras áreas funcionales de la empresa, como finanzas, operaciones; por lo tanto, desde la elaboración de los presupuestos de la marca hasta el diseño e implementación de las acciones, implican un proceso de negociación y liderazgo con otros departamentos de la organización. Es por ello que creemos que es importante potenciar que los participantes trabajen conjuntamente para simular tanto como sea posible el entorno laboral del responsable de marketing.

- 4) **Método del caso:** Los casos concretos de marketing son una de las metodologías más importantes en el Máster. El programa tiene un grupo de profesores BSM acostumbrados a trabajar mediante casos de empresa y un grupo de profesionales que pueden presentar casos específicos de su entorno laboral diario. Por lo tanto, el método del caso es uno de los pilares de aprendizaje del programa. En el máster creemos que una de las mejores formas de generar conocimiento y de fomentar las competencias básicas es que el participante se enfrente a situaciones basadas en la realidad de la gestión de marketing, tome decisiones y justifique sus conclusiones. Aunque cada asignatura tiene sus propias competencias específicas (por ejemplo, aplicar herramientas prácticas y modelos teóricos a los resultados de la investigación realizados para la selección de mercados y la planificación estratégica de la gestión de marketing (CE3), o integrar todos los elementos dentro de la estrategias de comunicación completa y eficiente del mensaje de marca para utilizarlo como referencia de trabajo con las agencias de comunicación (CE6)), creemos que el método del caso ayuda también a reforzar competencias generales tales como la capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos (CB7) o que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada (CB8).
- 5) **Presentaciones en público:** es práctica habitual del programa que los casos prácticos se expongan en público para generar el máximo debate y maximizar el resultado del aprendizaje vía debate. Los casos se exponen siempre ante el profesor de la asignatura, que posteriormente hace preguntas específicas para valorar los conocimientos de los participantes, así como su habilidad de análisis, juicio profesional y capacidad de defensa de sus argumentos. Creemos que, independientemente de las competencias específicas que se potencian al tener que defender públicamente una posición, las presentaciones ayudan a que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y sus conocimientos y razones últimas que los sustentan de un modo claro y sin ambigüedades (CB9). Por lo tanto, mediante las exposiciones creemos que trabajan también competencias generales previstas en la memoria del programa. Recordar que no solo se presentan en público algunos casos, sino que también se hace defensa pública del TFM ante un tribunal de profesores del máster.
- 6) **Trabajo Final de Máster:** Paralelamente al desarrollo en aula del Máster, y tras unas semanas de adaptación al día a día del programa, se empieza a trabajar el TFM. Los propios alumnos proponen un tema a la Dirección del programa, con una propuesta de trabajo e índice, y a partir de este punto la Dirección Académica filtra los temas y orienta a los estudiantes.

Posteriormente, en la reunión de claustro, se tratan los distintos temas de los trabajos y se asignan a un tutor concreto, en base al tema en cuestión y a la especialidad del académico. El tutor será el encargado de supervisar el día a día del proyecto, aunque la dirección académica está en contacto permanente con los tutores de TFM y los alumnos para garantizar un correcto desarrollo del proyecto y garantizar un resultado final acorde a lo requerido.

A lo largo del curso, los alumnos entregan tres avances parciales del TFM al final de cada trimestre académico, en los meses de diciembre, marzo y junio. En cada una de las tres etapas, el tutor evalúa el documento entregado y redacta un informe de evaluación que envía a la dirección académica. Adicionalmente, los alumnos hacen una presentación individual en una sesión de clase con los directores académicos, conocida como “puesta en común”. La idea es que el alumno presente y defienda el avance del trabajo. En la sesión de puesta en común, los demás alumnos y los directores académicos utilizan unas rúbricas para facilitar la evaluación de los aspectos relevantes del trabajo y de la presentación. Una vez que la dirección académica recibe el informe del tutor y las rúbricas de las presentaciones, se preparan informes individuales que se entregan al estudiante, con el objetivo de que tenga un *feedback* del avance del TFM por parte del tutor, del resto de participantes en el programa, y de los Directores Académicos.

Al finalizar el curso, los estudiantes entregan la versión final del TFM. Por un lado, el tutor evalúa el trabajo final, haciendo uso de una rúbrica donde se definen y ponderan los aspectos a evaluar. Por otro lado, se organizan las defensas ante un tribunal compuesto por tres profesores del curso, que se asignan previamente para cada estudiante en función de la temática.

El tutor del TFM rellena una rúbrica en la que puntúa detalladamente los aspectos relevantes del trabajo como “metodología clara de trabajo”, “definición de las estrategias básicas”, o “viabilidad del plan e indicadores de gestión” entre otros. Finalmente, la presentación y defensa individual del TFM es valorada ante un tribunal de 3 profesores del máster. Habitualmente el tribunal está compuesto con académicos con el título de doctor, aunque en algunos casos se requiere a miembros profesionales en el tribunal (directores de marketing, expertos en investigación de mercados, marketing digital, o *e-commerce*) cuando el trabajo es muy específico o cuando el TFM está muy enfocado al ámbito práctico. Los Directores Académicos también están presentes en las sesiones. Las defensas son a puertas abiertas, por lo que el resto de alumnos están invitados a asistir al resto de presentaciones. En las sesiones de defensa del TFM, cada alumno presenta y defiende el proyecto durante 20 minutos ante el tribunal. El tribunal, que ha recibido el trabajo dos semanas antes de la defensa, tiene 10 minutos para hacer preguntas al ponente. Una vez defendido, el tribunal y los directores académicos, a puerta cerrada, evalúan el TFM, usando unas rúbricas disponibles para ello. Los Directores Académicos usan las evaluaciones de las rúbricas hechas tanto por el tutor (80%), como por el tribunal (20%), para redactar una evaluación final del TFM, que el alumno recibe una vez concluidas las defensas.

La evaluación puede diferir entre los distintos estudiantes en función de cómo presenten, cómo respondan a las preguntas del tribunal o el grado de implicación en el desarrollo del trabajo. Pueden verse las rúbricas del tutor y del tribunal en el portal de evidencias. Como los temas de los TFM son en muchos casos transversales y contienen la mayor parte de la metodología anterior, ayuda a evaluar el cumplimiento de las competencias tanto generales como específicas.

Sistema de evaluación con relación a competencias

El sistema de evaluación dispone de diferentes pesos (%) que permite asegurar la adquisición de competencias, siempre acordes con la memoria oficial del programa, y se compone de los siguientes ítems:

- a. **Exámenes:** en el caso del Máster Universitario en Marketing se trata de exámenes conceptuales que aseguran que los conocimientos mínimos de cada asignatura han sido adquiridos por el alumno.
- b. **Casos prácticos / trabajos de asignatura:** se trata de uno de los ítems de valoración principales del Máster. El profesor de la asignatura se asegura de que el alumno sabe aplicar en la práctica los conceptos teóricos adquiridos, posee capacidad de aprendizaje y pensamiento crítico, sabe afrontar problemas, sabe trabajar en equipo y es capaz de defender sus argumentos en público (es habitual la presentación pública de trabajos y casos). En cada asignatura del programa se desarrollan casos prácticos y en algunas de ellas trabajo final de asignatura.
- c. **TFM:** Si los trabajos y los casos son los encargados de demostrar que el alumno sabe aplicar conceptos teóricos a la resolución de problemas reales, el TFM facilita la integración entre materias y permite a la dirección académica evaluar la capacidad de interrelacionar los distintos conceptos, estrategias y acciones de marketing estudiados a lo largo del Máster, por parte del alumno en un único trabajo.

El TFM es un proyecto que el alumno realiza de manera individual desde el comienzo del curso. Sin embargo, a lo largo del máster se llevan a cabo actividades grupales en las cuales cada estudiante puede compartir sus avances con el resto de los compañeros. En particular, se realizan tres puestas en común durante las cuales cada estudiante recibe el *feedback* de sus compañeros y colabora en dar *feedback* a los demás proyectos. Es por ello por lo que, a pesar de que el TFM sea un trabajo individual, los alumnos se benefician del intercambio de ideas, opiniones y sugerencias por parte de los demás estudiantes.

Dependiendo de los intereses del alumno, el TFM puede ser o bien un trabajo de investigación académica sobre un tema de marketing, o bien el desarrollo de un plan de marketing para una empresa real. Al ser un programa de máster enfocado a adquirir los conocimientos y las competencias útiles para que el estudiante desarrolle una carrera profesional exitosa en el área de marketing, la gran mayoría de estudiantes opta por elaborar un plan de marketing. En la última edición 2016-2017, el 100% de los alumnos decidió elaborar un plan de marketing. Esto les permite interactuar y trabajar con la organización seleccionada a lo largo del proyecto. Al ser un plan de marketing para un caso real, en la mayoría de los casos la organización se beneficia de los conocimientos adquiridos por el estudiante a lo largo del máster, pudiendo implementar las acciones propuestas en el plan. Por otro lado, el estudiante se beneficia al trabajar con la empresa, aplicando los conocimientos adquiridos a una situación real a lo largo del trabajo.

d. **Prácticas académicas externas:** Permiten a la Dirección Académica evaluar el desempeño del alumno en entornos reales y dinámicos. Las prácticas están dotadas de un sistema de doble tutorización: tutor interno (Dirección Académica del curso) y tutor externo (asignado por la empresa en la que el alumno desarrolla sus prácticas y encargado del seguimiento del día a día y aprendizaje del alumno). Este sistema permite asegurar que el alumno adquiera las competencias requeridas en la memoria poniendo en práctica sus conocimientos y habilidades en entornos laborales trabajando así **todas las competencias (tanto básicas como específicas)** descritas anteriormente en este mismo apartado. Tal y como se ha visto en apartado 6.1 la valoración de los alumnos y de las empresas que acogen a estudiantes en prácticas en muy positiva

En concreto y para las asignaturas seleccionas los estudiantes se han mostrado altamente satisfechos con las diferentes metodologías docentes y los sistemas de evaluación tal y como se puede apreciar en el portal de evidencias. A modo de resumen recogemos en la siguiente tabla los datos más relevantes en cuanto a la evaluación, por parte de los estudiantes, de la metodología docente usada por los profesores en las asignaturas seleccionadas para la última edición 2016-2017:

Asignatura	Profesor	Excelente	Bien	Regular	Deficiente	NS/NC	Total Excelente + Bien
Técnicas cuantitativas aplicadas al Marketing	José María Raya	59,5%	35,1%	5,4%	0%	--	94,6%
Finanzas aplicadas al Marketing	Luz Parrondo	16,2%	56,8%	16,2%	0%	10,8	73,0%
Comportamiento del consumidor	Roger Pagá	72,4%	27,6%	0%	0%	--	100%

Por último, las encuestas de valoración de los estudiantes muestran unos resultados muy positivos tanto en relación con la experiencia global de formación (como se ha visto en el apartado 6.1) como en relación con la satisfacción con el profesorado y su actividad docente. Según datos del último curso (2016-2017), el profesorado recibe una valoración positiva del 100% de los estudiantes siendo “bien” valorados por un 51,4% de los estudiantes y de “excelente” por un 48,6%.

		Excelente	Bien	Regular	Deficiente	NS/NC	Total Excelente + Bien
Curso 2014-2015	Calidad del profesorado	16,7%	50,0%	29,2%	4,2%	--	66,7%
Curso 2015-2016	Calidad del profesorado	36%	64%	0%	0%	--	100%
Curso 2016-2017	Calidad del profesorado	48,6%	51,4%	0%	0%	--	100%

En resumen, podemos concluir que las actividades de formación y las metodologías docentes que contempla el Máster son las adecuadas para garantizar que el estudiante logre los resultados de aprendizaje previstos

6.3. Los valores de los indicadores académicos son adecuados para las características de la titulación.

En lo referente a los indicadores académicos tanto la Dirección Académica como el Centro se muestran muy satisfechos con las evidencias y los indicadores ya que ponen de manifiesto la idoneidad de la titulación y muestran una clara mejora continua del programa.

La tasa de rendimiento es excelente, llegando a superar el programa y obteniendo el título la totalidad de los estudiantes matriculados. A lo largo de todo el proceso formativo existe una evaluación continua de los estudiantes. La exigencia con la que se evalúan las asignaturas es ciertamente muy elevada y se considera esencial tanto la participación en clase como la resolución de ejercicios, las presentaciones solicitadas, la lectura de contenidos, etc. Todo ello se refleja en los resultados de todo el grupo.

	2014-2015	2015-2016
Tasa de rendimiento	100%	99,7%
Tasa de abandono	0%	2,9%
Tasa de graduación	100%	97,1%

El 0.3% de diferencia en la tasa de rendimiento en la edición 2015-2016 corresponde a un estudiante, de perfil profesional (trabajador de un laboratorio farmacéutico) que no pudo asistir al Máster con la regularidad requerida, por limitaciones del trabajo.

Si observamos la [tabla](#) de recogida de notas de las asignaturas del Máster, aportada en el portal de evidencias, podemos ver que en la mayoría de asignaturas las notas están entre el excelente y el notable y una pequeña parte en el aprobado. Esto es debido que la consolidación del programa ha permitido que en el proceso de admisión se seleccionen estudiantes con excelentes perfiles y notables expedientes académicos.

En ninguna de las asignaturas encontramos alumnos suspendidos ni no presentados ya que el rendimiento del grupo ha sido de muy alta calidad y la asistencia y participación ha sido continua.

Estos buenos resultados se deben a la implicación que los estudiantes han tenido con los contenidos de las asignaturas, con la enseñanza de los profesores y con las actividades desarrolladas en el programa. El perfil de los estudiantes es de profesionales junior que han mostrado un interés y compromiso en obtener los mejores resultados para aplicarlos a su vida profesional.

Como resumen de este apartado, se puede concluir que los indicadores previstos son, en términos generales, adecuados y que a partir de ellos podríamos afirmar que el Máster Universitario en Marketing está cumpliendo con los objetivos previstos.

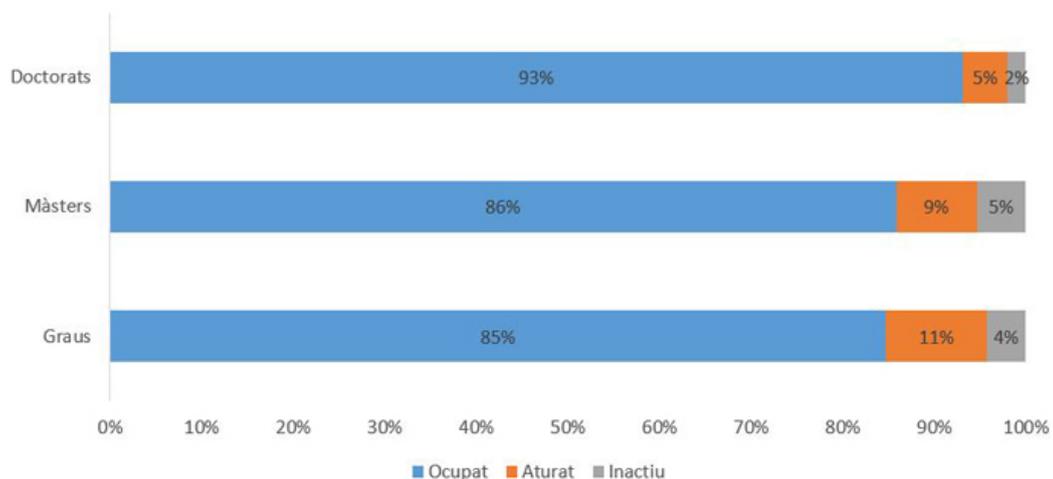
6.4. Los valores de los indicadores de inserción laboral son adecuados para las características de la titulación.

Durante el mes de febrero del 2016, la **Barcelona School of Management** se adhirió al proyecto liderado por AQU con el objetivo de monitorizar la inserción laboral de los egresados de Másteres Universitarios impartidos en las universidades catalanas y que se lleva a cabo cada tres años.

Adicionalmente, la **Barcelona School of Management** aplica una encuesta específica para complementar los resultados proporcionados por AQU y que se comentan a continuación en base a los resultados obtenidos durante el curso 2016-2017.

En términos generales, estamos muy satisfechos con el papel relevante que ha jugado la Barcelona School of Management, a través de los diferentes ámbitos de interacción con los estudiantes: académico, de orientación, tutorización, servicio de carreras profesionales..., para el buen progreso laboral de los titulados, tal y como indican los resultados obtenidos en la encuesta de inserción laboral aplicada a los graduados. Estamos particularmente satisfechos con los valores obtenidos en las tasas de inserción laboral de los egresados que respondieron la encuesta ya que están en plena sintonía y superando en la mayoría de titulaciones, el 86% obtenido en el último estudio sobre inserción laboral del sistema Universitario de Cataluña publicado en la web de AQU.

Gràfic 3. Taxa d'ocupació, atur i inactivitat



Fuente: Web AQU

http://www.aqu.cat/estudis/masters/index.html#.Wap_kLIjGM8

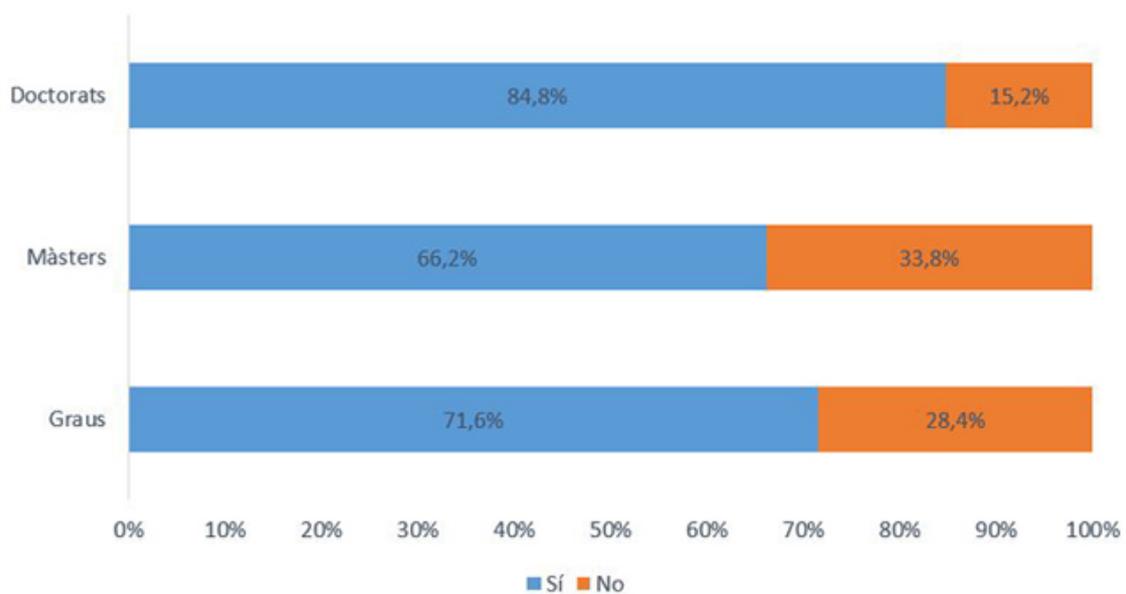
En materia de adecuación de la formación, y en términos generales, más del 80% de encuestados responden que las aptitudes y conocimientos adquiridos durante el Máster han sido relevantes, parcial o totalmente, para su empleo actual. Destacan sobre todo conocimientos específicos del sector y las habilidades técnicas.

Con valores cercanos al 80% en promedio, la inmensa mayoría afirma que haber realizado el Máster ha generado un cambio, mejorando competencias transversales y capacidades específicas, determinando mayor seguridad en ámbito profesional.

En promedio, **alrededor del 85%** de los graduados de la Barcelona School of Management que respondieron a las encuestas correspondientes a las titulaciones objeto de acreditación, si pudiera empezar de cero, volvería a realizar la titulación en el Centro.

Estos valores confirman una de las fortalezas detectadas por anteriores comités de evaluación por estar en sintonía y superar en todos los casos el **66.2%** como valor promedio del sistema universitario en Cataluña recogido en el informe de AQU sobre Inserción laboral.

Gràfic 7. Intenció de repetir la carrera per nivells formatius



Fuente: Estudio sobre inserción laboral (Web AQU)

http://www.aqu.cat/estudis/masters/index.html#.Wap_kLIiGM8

Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa. Presencial, Semipresencial y Online.

Las encuestas de inserción laboral relativas a la versión presencial del programa han obtenido una tasa de respuesta del 17% en la edición 2012/2013 y del 25% en la edición 2013/2014. Con respecto a la edición semipresencial la tasa de respuesta ha sido del 16,7% en la edición 2011/2012, del 13,3% en la edición 2012/2013 y del 8,8% en la edición 2013/2014. Finalmente, en la versión online, la tasa de respuesta correspondiente a la edición 2011/2013 ha sido del 14,3%, del 20% en la edición 2012/2014 y del 16,7% en la edición 2013/2015.

Dentro de estos parámetros, la tasa de empleo de los estudiantes del Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa alcanza el 100% de la población encuestada.

El 80% de los participantes son profesionales empleados por cuenta ajena, el 20% autónomos y emprendedores y un 20% tiene la intención de cambiar de empleo. Es importante destacar que el 45% de los encuestados encontró su empleo gracias a la bolsa de trabajo del Servicio de Carreras Profesionales.

Los sectores profesionales de inserción son principalmente: auditoría y asesoría, consultoría y estrategia, ingeniería y contabilidad, banca y servicios financieros, manufacturación y construcción. La posición profesional de los estudiantes es de directores financieros, cargos intermedios y *controller*. Con respecto a la modalidad presencial, la mayoría se sitúan en la franja salarial de entre 18.000 y 30.000€ (55-60%), el 30% se encuentra en la franja salarial inmediatamente superior (entre 30.000 y 45.000) y el 25% se sitúa en la franja de más de 80.000. Los graduados de la versión semipresencial del programa se sitúan en una franja salarial mayoritaria de entre 30.000 y 45.000€ (45%), el 30-35% se encuentra en la franja salarial superior (entre 60.000 y 80.000) y el 30% en la inferior (entre 18.000 y 30.000).

El lugar geográfico de trabajo se corresponde con la composición del alumnado: el 65% de los estudiantes trabaja actualmente en Cataluña y el 20% en América Latina y el 15% en Europa occidental.

En relación con el impacto generado por la realización del Máster en su actividad profesional, alrededor de un 60% indican que les ha permitido acceder a un nuevo cargo, dentro o fuera de su empresa. En el 30% de los casos ha permitido el acceso a nuevas funciones y mayor responsabilidad. También existe un reducido conjunto de estudiantes para quienes, de momento, no se han generado cambios, aunque consideran que en un futuro próximo se irán produciendo.

El 80% de los estudiantes considera que las aptitudes y conocimientos adquiridos durante el Máster han sido relevantes, parcial o totalmente, para su empleo actual. Destacan sobre todo conocimientos específicos del sector, estrategias para resolución de problemas, habilidades técnicas y analíticas, adquisición de una visión global de la empresa y del rol de los departamentos financieros.

La gran mayoría (75-80%) afirma que haber realizado el Máster ha generado un cambio, mejorando competencias transversales y capacidades específicas, determinando mayor seguridad en ámbito profesional.

Por último, y en la línea general de los datos recogidos en otras secciones de este informe, el 80% de los estudiantes, si pudiera empezar de cero, volvería a realizar la titulación en el Centro.

Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa. Especialidad en Controlling. Presencial, Semipresencial y Online.

Las encuestas de inserción laboral relativas a la versión presencial del programa han obtenido una tasa de respuesta del 9,7% en la edición 2014/2015 y del 21,9% en la edición 2015/2016. Con respecto a la edición semipresencial la tasa de respuesta ha sido del 16,7% en la edición 2014/2015 y del 11,5% en la edición 2015/2016. Finalmente, en la versión online, la tasa de respuesta correspondiente a la edición 2014/2016 ha sido del 5,9%.

Dentro de estos parámetros, la tasa de empleo de los estudiantes del Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa. Especialidad en *Controlling* alcanza el 100% de la población encuestada.

El 100% de los participantes son profesionales empleados por cuenta ajena y un 30% tiene la intención de cambiar de empleo. Es importante destacar que el 15% de los encuestados encontró su empleo gracias a la bolsa de trabajo del Servicio de Carreras Profesionales.

Los sectores profesionales de inserción son principalmente: auditoría y asesoría, consultoría y estrategia, ingeniería y contabilidad, banca y servicios financieros. La posición profesional de los estudiantes es de cargos intermedios, directores de áreas funcionales y *controller* junior. Con respecto a la modalidad presencial, la mayoría se sitúan en la franja salarial de entre 18.000 y 30.000€ (65%) y el 30-35% se encuentra en la franja salarial superior (entre 30.000 y 45.000). Los graduados de la versión semipresencial del programa se sitúan en una franja salarial mayoritaria de entre 30.000 y 45.000€ (55%), el 30-35% se encuentra en la franja salarial superior (entre 60.000 y 80.000) y el 20% en la inferior (entre 18.000 y 30.000). El lugar geográfico de trabajo se corresponde con la composición del alumnado: el 90% de los estudiantes trabaja actualmente en Cataluña y el 10% en América Latina.

En relación con el impacto generado por la realización del Máster en su actividad profesional, alrededor de un 60% indican que les ha permitido acceder a un nuevo cargo, dentro o fuera de su empresa. En el 30% de los casos ha permitido el acceso a nuevas funciones y mayor responsabilidad. También existe un reducido conjunto de estudiantes para quienes, de momento, no se han generado cambios, aunque consideran que en un futuro próximo se irán produciendo.

El 100% de los estudiantes considera que las aptitudes y conocimientos adquiridos durante el Máster han sido relevantes, parcial o totalmente, para su empleo actual. Destacan sobre todo conocimientos específicos del sector, estrategias para resolución de problemas, habilidades técnicas y analíticas.

La inmensa mayoría (85-90%) afirma que haber realizado el Máster ha generado un cambio, mejorando competencias transversales y capacidades específicas, determinando mayor seguridad en ámbito profesional.

Por último, y en la línea general de los datos recogidos en otras secciones de este informe, el 85% de los estudiantes, si pudiera empezar de cero, volvería a realizar la titulación en el Centro.

Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa. Especialidad en Finanzas Corporativas. Presencial, Semipresencial y Online.

Las encuestas de inserción laboral han obtenido una tasa de respuesta del 12,5% en la edición 2014/2015 y del 22,5% en la edición 2015/2016.

Dentro de estos parámetros, la tasa de empleo de los estudiantes del Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa. Especialidad en Finanzas Corporativas alcanza el 87% de la población encuestada.

En términos generales, alrededor del 11% son emprendedores y autónomos. La mayoría de los participantes son profesionales empleados por cuenta ajena (80%) y un 40% tiene la intención de cambiar de empleo. Es importante destacar que el 25% de los encuestados encontró su empleo gracias a las prácticas gestionadas por el Servicio de Carreras Profesionales y alrededor del 40% gracias a la bolsa de trabajo del Centro.

Los sectores profesionales de inserción son principalmente: auditoría y asesoría, banca y servicios financieros, tecnología, consultoría y estrategia. La posición profesional de los estudiantes es de cargos intermedios, técnicos contables y analistas de inversiones con una franja salarial mayoritaria de entre 18.000 y 30.000€ (65%), el 20-25% se encuentra en la franja salarial superior (entre 30.000 y 45.000) y el 15% en la inferior (menos de 18.000). El lugar geográfico de trabajo se corresponde con la composición del alumnado: entre el 60-65% de los estudiantes trabaja actualmente en España, mientras el 35-40% en América y el resto de Europa.

En relación con el impacto generado por la realización del Máster en su actividad profesional, alrededor de un 40% indican que les ha permitido acceder a un nuevo cargo, dentro o fuera de su empresa. En la mayoría de los casos (50%), ha permitido el acceso a nuevas funciones y mayor responsabilidad. Un 10% ha conseguido mejorar su sueldo y otro 20% un ascenso profesional.

Más del 80% de los estudiantes considera que las aptitudes y conocimientos adquiridos durante el Máster han sido relevantes, parcial o totalmente, para su empleo actual. Destacan sobre todo conocimientos específicos del sector, pensamiento analítico, habilidades técnicas y análisis financieros.

La inmensa mayoría (85-90%) afirma que haber realizado el Máster ha generado un cambio, mejorando competencias transversales y capacidades específicas, determinando mayor seguridad en ámbito profesional.

Por último, y en la línea general de los datos recogidos en otras secciones de este informe, el 90% de los estudiantes, si pudiera empezar de cero, volvería a realizar la titulación en el Centro.

Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa. Presencial y Semipresencial.

Las encuestas de inserción laboral relativas a la versión presencial del programa han obtenido una tasa de respuesta del 21,4% en la edición 2014/2015 y del 21,1% en la edición 2015/2016. Con respecto a la edición semipresencial la tasa de respuesta ha sido del 25% en la edición 2015/2016. Dentro de estos parámetros, la tasa de empleo de los estudiantes del Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la empresa alcanza el 85% de la población encuestada.

El 100% de los participantes son profesionales empleados por cuenta ajena y un 30% tiene la intención de cambiar de empleo. Es importante destacar que el 35% de los encuestados encontró su empleo gracias a las prácticas gestionadas por el Servicio de Carreras Profesionales.

El sector principal de inserción es el de auditoría y asesoría. La posición profesional de los estudiantes es de auditores senior, con una franja salarial mayoritaria de entre 30.000 y 45.000€ (55-60%), el 30% se encuentra en la franja salarial inferior (entre 18.000 y 30.000) y el 20% se sitúa en la franja de más de 80.000.

El lugar geográfico de trabajo se corresponde con la composición del alumnado: el 75% de los estudiantes trabaja actualmente en Cataluña y el 25% en Europa occidental.

En relación con el impacto generado por la realización del Máster en su actividad profesional, alrededor de un 40% indican que les ha permitido acceder a un nuevo cargo, dentro o fuera de su empresa. En el 40% de los casos ha permitido el acceso a nuevas funciones y mayor responsabilidad. Para otro 20% se generó un aumento de sueldo.

El 100% de los estudiantes considera que las aptitudes y conocimientos adquiridos durante el Máster han sido relevantes, parcial o totalmente, para su empleo actual. Destacan sobre todo conocimientos específicos del sector, habilidades técnicas y analíticas, marco normativo.

El 100% también afirma que haber realizado el Máster ha generado un cambio, mejorando competencias transversales y capacidades específicas, determinando mayor seguridad en ámbito profesional y en la toma de decisiones.

Por último, y en la línea general de los datos recogidos en otras secciones de este informe, el 100% de los estudiantes, si pudiera empezar de cero, volvería a realizar la titulación en el Centro.

Máster Universitario Online en Información Digital. Especialidad en Buscadores: Marketing Online (SEM) y Posicionamiento Web (SEO)

Las encuestas de inserción laboral han obtenido una tasa de respuesta del 22,2% en la edición 2014/2015 y del 23,5% en la edición 2015/2016.

Dentro de estos parámetros, la tasa de empleo de los estudiantes del Máster Universitario Online en Información Digital. Especialidad en Buscadores: Marketing Online (SEM) y Posicionamiento Web (SEO) ronda el 80% de la población encuestada.

En términos generales, alrededor del 15-20% son emprendedores y autónomos. La mayoría de los participantes son profesionales empleados por cuenta ajena (80%) y un 40% tiene la intención de cambiar de empleo.

Los sectores profesionales de inserción son principalmente: marketing, comercial y ventas, educación, *e-commerce*. La posición profesional de los estudiantes es de cargos intermedios, directores de áreas funcionales, técnicos SEO con una franja salarial mayoritaria de entre 18.000 y 30.000€ (60%), el 20% se encuentra en la franja salarial superior (entre 30.000 y 45.000). El lugar geográfico de trabajo se corresponde con la composición del alumnado: entre el 65-70% de los estudiantes trabaja actualmente en España, mientras el 30-35% en América Latina.

En relación con el impacto generado por la realización del Máster en su actividad profesional, alrededor de un 15% indican que les ha permitido acceder a un nuevo cargo, dentro o fuera de su empresa. En la mayoría de los casos (55-60%), ha generado la creación de un negocio propio. Un 10% ha conseguido mejorar su sueldo y otro 10% un nuevo cargo en otra empresa. También existe un reducido conjunto de estudiantes para quienes, de momento, no se han generado cambios, aunque consideran que en un futuro próximo se irán produciendo.

Más del 70% de los estudiantes considera que las aptitudes y conocimientos adquiridos durante el Máster han sido relevantes, parcial o totalmente, para su empleo actual. Destacan sobre todo conocimientos específicos del sector, pensamiento crítico y analítico, habilidades técnicas y trabajo en equipo.

La inmensa mayoría (70-75%) afirma que haber realizado el Máster ha generado un cambio, mejorando competencias transversales y capacidades específicas, determinando mayor seguridad en ámbito profesional.

Por último, y en la línea general de los datos recogidos en otras secciones de este informe, un 90% de los estudiantes, si pudiera empezar de cero, volvería a realizar la titulación en el Centro.

Máster Universitario Online en Información Digital. Especialidad en Documentación Digital.

Las encuestas de inserción laboral han obtenido una tasa de respuesta del 16,7% en la edición 2014/2015 y del 28,6% en la edición 2015/2016.

Dentro de estos parámetros, la tasa de empleo de los estudiantes del Máster Universitario Online en Información Digital. Especialidad en Documentación Digital alcanza el 75% de la población encuestada.

El 75% de los participantes son profesionales empleados por cuenta ajena y un 20% tiene la intención de cambiar de empleo.

Los sectores profesionales de inserción son principalmente: sector público y entidades sin ánimo de lucro, educación y medioambiente. La posición profesional de los estudiantes es de cargos intermedios, técnicos y responsables de documentación, con una franja salarial mayoritaria de entre 18.000 y 30.000€ (75%), el 20-25% se encuentra en la franja salarial inferior a 18.000. El lugar geográfico de trabajo se corresponde con la composición del alumnado: entre el 60-65% de los estudiantes trabaja actualmente en España, mientras el 35-40% en América Latina.

En relación con el impacto generado por la realización del Máster en su actividad profesional, alrededor de un 20% indican que les ha permitido acceder a un nuevo cargo, dentro o fuera de su empresa. En la mayoría de los casos (55-60%), ha permitido el acceso a nuevas funciones y mayor responsabilidad. Un 10% ha conseguido un nuevo cargo en otra empresa y un 20% ha cumplido con un requerimiento profesional. También existe un reducido conjunto de estudiantes para quienes, de momento, no se han generado cambios, aunque consideran que en un futuro próximo se irán produciendo.

Más del 80% de los estudiantes considera que las aptitudes y conocimientos adquiridos durante el Máster han sido relevantes, parcial o totalmente, para su empleo actual. Destacan sobre todo conocimientos específicos del sector y habilidades técnicas.

La inmensa mayoría (80%) afirma que haber realizado el Máster ha generado un cambio, mejorando competencias transversales y capacidades específicas, determinando mayor seguridad en ámbito profesional.

Por último, y en la línea general de los datos recogidos en otras secciones de este informe, un 75% de los estudiantes, si pudiera empezar de cero, volvería a realizar la titulación en el Centro.

Máster Universitario Online en Información Digital. Especialidad en usabilidad, diseño de interacción y experiencia de usuario.

Las encuestas de inserción laboral han obtenido una tasa de respuesta del 35,7% en la edición 2015/2016.

Dentro de estos parámetros, la tasa de empleo de los estudiantes del Máster Universitario Online en Información Digital. Especialidad en usabilidad, diseño de interacción y experiencia de usuario alcanza el 100% de la población encuestada.

En términos generales, alrededor del 15-20% son emprendedores y autónomos. La mayoría de los participantes son profesionales empleados por cuenta ajena (80%) y un 40% tiene la intención de cambiar de empleo. Es importante destacar que el 40% de los encuestados encontró su empleo gracias a las prácticas gestionadas por el Servicio de Carreras Profesionales.

Los sectores profesionales de inserción son principalmente: banca y servicios financieros, *e-commerce* y educación. La posición profesional de los estudiantes es de cargos intermedios, gerentes y coordinadores de desarrollo tecnológico con una franja salarial de entre 18.000 y 30.000€ (25%), el 25% se encuentra en la franja salarial superior (más de 80.000) y el 50% en la inferior (menos de 18.000). El lugar geográfico de trabajo se corresponde con la composición del alumnado: entre el 75% de los estudiantes trabaja actualmente en América Latina, mientras el 25% en España.

En relación con el impacto generado por la realización del Máster en su actividad profesional, un 50% indican que les ha permitido especializarse y mejorar expectativas de futuro. El otro 50% ha accedido a nuevas funciones y mayor responsabilidad.

El 100% de los estudiantes considera que las aptitudes y conocimientos adquiridos durante el Máster han sido relevantes, parcial o totalmente, para su empleo actual. Destacan sobre todo conocimientos específicos del sector, pensamiento crítico y analítico, habilidades técnicas y gestión creativa.

El 100% también afirma que haber realizado el Máster ha generado un cambio, mejorando competencias transversales y capacidades específicas, determinando mayor seguridad en ámbito profesional.

Por último, y en la línea general de los datos recogidos en otras secciones de este informe, el 100% de los estudiantes, si pudiera empezar de cero, volvería a realizar la titulación en el Centro.

Máster Universitario en Marketing

Las encuestas de inserción laboral han obtenido una tasa de respuesta del 27,8% en la edición 2014/2015 y del 29,4% en la edición 2015/2016.

Dentro de estos parámetros, la tasa de empleo de los estudiantes del Máster Universitario en Marketing alcanza el 100% de la población encuestada.

En términos generales, alrededor del 15-20% son emprendedores y autónomos. La mayoría de los participantes son profesionales empleados por cuenta ajena (80%) y un 40% tiene la intención de cambiar de empleo. Es importante destacar que el 40% de los encuestados encontró su empleo gracias a las prácticas gestionadas por el Servicio de Carreras Profesionales.

Los sectores profesionales de inserción son principalmente: marketing, hostelería y turismo, consultoría y estrategia, comercial y ventas. La posición profesional de los estudiantes es de cargos intermedios, directores de áreas funcionales, ejecutivos de marketing con una franja salarial mayoritaria de entre 18.000 y 30.000€ (65%), el 30-35% se encuentra en la franja salarial superior (entre 30.000 y 45.000). El lugar geográfico de trabajo se corresponde con la composición del alumnado: entre el 60-65% de los estudiantes trabaja actualmente en España, mientras el 35-40% en América y el resto de Europa.

En relación con el impacto generado por la realización del Máster en su actividad profesional, alrededor de un 20% indican que les ha permitido acceder a un nuevo cargo, dentro o fuera de su empresa. En la mayoría de los casos (55-60%), ha permitido el acceso a nuevas funciones y mayor responsabilidad. Un 10% ha conseguido mejorar su sueldo y otro 10% un nuevo cargo en otra empresa. También existe un reducido conjunto de estudiantes para quienes, de momento, no se han generado cambios, aunque consideran que en un futuro próximo se irán produciendo.

Más del 60% de los estudiantes considera que las aptitudes y conocimientos adquiridos durante el Máster han sido relevantes, parcial o totalmente, para su empleo actual. Destacan sobre todo conocimientos específicos del sector del Marketing, pensamiento crítico y analítico, y visión estratégica.

La inmensa mayoría (85-90%) afirma que haber realizado el Máster ha generado un cambio, mejorando competencias transversales y capacidades específicas, determinando mayor seguridad en ámbito profesional.

Por último, y en la línea general de los datos recogidos en otras secciones de este informe, un 85% de los estudiantes, si pudiera empezar de cero, volvería a realizar la titulación en el Centro.

4. VALORACIÓN Y PROPUESTA DEL PLAN DE MEJORA

Puntos fuertes de la Barcelona School of Management

- Alrededor del 85% de los estudiantes de los Másteres Universitarios del curso 2016-2017 recomendarían el programa que han cursado. Este resultado supera la media del sistema Universitario en Cataluña, que sitúa el porcentaje de intención de cursar nuevamente un programa en un 66% (según los indicadores que se derivan del estudio de AQU).
- Una tasa de inserción que supera el promedio de los egresados (en comparación con el estudio de AQU sobre inserción laboral).
- Formar parte de la Universidad Pompeu Fabra, una de las mejores universidades de todo el mundo según los principales rankings internacionales:
 - *Ranking Times Higher Education* (2018): **40ª** Universidad mejor del mundo en Business & Economics y la **12ª** en Europa.
 - *Ranking Times Higher Education* (2017): **17ª** mejor universidad del mundo entre las de menos de 50 años.
 - *Ranking Times Higher Education* (2017): **2ª** universidad española (posición **175** a nivel mundial y **83** a escala europea).
 - U-Multirank (2017): **1ª** mejor universidad europea.
 - Ranking de la Universidad de Shanghai (2017): **entre los 300 mejores** del mundo.
 - U-Ranking (Fundación BBVA e Ivie, 2017): universidad española **más productiva**.
 - Ranking de la Fundación CyD (2017): la universidad española **más eficiente**.
 - Ranking 2013 en producción y productividad en investigación de las universidades públicas españolas, elaborado por investigadores de la Universidad de Granada (2014): **1ª** universidad española en productividad científica desde 2009.
 - Ranking 'El Mundo' (2016): 10 de las 15 titulaciones evaluadas **entre las cinco primeras** del ranking.
 - Ranking de investigación de la Universidad de Leiden (2016): **1ª** universidad española en porcentaje de artículos publicados en las revistas más influyentes, **1a** universidad española en porcentaje de artículos publicados en colaboración con otras instituciones y **2a** universidad española en porcentaje de artículos publicados en colaboración internacional.
- Un reconocido equipo docente tanto a nivel nacional e internacional, que combina el mejor profesorado de la UPF, líder en formación, investigación y producción científica, con directivos y profesionales de las mejores empresas del mercado altamente cualificados.
- Un alto grado de internacionalización. En 2016-2017, alrededor de un 40% de estudiantes internacionales en los Másteres Universitarios.

- Programa de Desarrollo Profesional, que cubre las necesidades de empleabilidad de sus estudiantes con un alto índice en colocación de prácticas, así como el *networking* entre la comunidad de estudiantes y antiguos alumnos.
- Ubicación en la dinámica y cosmopolita ciudad de Barcelona y por sus emblemáticas y modernas instalaciones en el edificio Balmes (y en algún campus de la UPF según el programa).
- Apoyo y compromiso con el talento y motivación de sus estudiantes. En el curso 2015-2016, un total de 65 estudiantes han recibido una ayuda del programa becas talento. Mencionar que la nota mínima requerida era un 8 y la nota promedio de los finalmente becados ha sido de un 9,07.
- Reconocimiento externo de la calidad de los programas por el ICAC.
- Vinculación con el tejido empresarial para asegurar la adaptación de los contenidos y las competencias a las necesidades del mercado laboral. El amplio programa de prácticas académicas externas es un claro ejemplo de esta vinculación con las empresas.
- Unas elevadas tasas de rendimiento académico cercanas al 100%.

Puntos fuertes de las titulaciones

Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa

El Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa de la UPF Barcelona School of Management actualiza y amplía los conocimientos de los participantes sobre la contabilidad y las finanzas preparando a sus alumnos para su acceso y/o promoción dentro del mercado laboral.

Entre sus puntos fuertes destacan:

1. El máster combina **profesores más de tipo académico altamente cualificados y contrastados con profesionales** de reconocido prestigio y amplia experiencia en el sector consiguiendo un equilibrio valorado muy positivamente por los participantes en el programa.
2. **Alto grado de productividad científica** (más de 20 artículos JCR en los últimos 4 años) e importante participación en congresos nacionales e internacionales.
3. **Alto grado de satisfacción de las empresas** con los alumnos en prácticas del programa (hecho que demuestra que el programa prepara a sus participantes para ser competentes y facilitar una plena integración en el mercado laboral).
4. El programa, con el objetivo de preparar a los participantes para situaciones reales que se dan en departamentos financieros, utiliza **una metodología eminentemente práctica** en la que priman resolución de problemas, casos prácticos, exposiciones orales y simulaciones por encima de exámenes conceptuales/memorísticos. Esta metodología se ha demostrado muy útil para una correcta preparación de los estudiantes para el mundo real, así como para que los participantes adquieran las competencias requeridas por el programa.
5. Los alumnos **muestran un elevadísimo grado de satisfacción con el programa**, su profesorado y la utilidad obtenida del mismo. Prácticamente un 100% de los participantes recomendarían el programa a terceros.
6. **El hecho de que la demanda de plazas sea superior a la oferta** permite a la dirección seleccionar a los mejores candidatos para realizar el máster. Este hecho, no menor, tiene su reflejo en la elevada tasa de rendimiento y graduación, siendo la tasa de abandono mínima.
7. Según **el ranking Eduniversal**, ranking anual de escuelas de negocio y universidades de más de 150 países y que tiene como objetivo clasificar y seleccionar a los 4.000 mejores másteres del mundo por especialidades, sitúa al Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa en la posición 40 en el ámbito “*Accounting and Auditing*” en Europa (Segundo a nivel nacional).

Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa

El Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa tiene una amplia aceptación en el mercado, tanto desde el punto de vista de los estudiantes como desde el punto de vista de las grandes empresas del sector. A continuación, se exponen aquellos factores que creemos que son la causa de su éxito:

1. **La cualificación de los profesores.** Los profesores del programa son académicos con amplia experiencia y son valorados de manera excelente por parte de los alumnos.
2. **La producción científica y los proyectos de investigación.** El equipo docente ha publicado desde 2012 51 artículos indexados en *ISI Web of Knowledge*. De estos artículos, 39 han sido publicados en revistas JCR (*Journal Citation Report*) con *Impact Factor*, originando, en conjunto, más de 100 citas. Adicionalmente, actualmente el equipo de profesores, individualmente, participa en 4 proyectos competitivos de investigación, concedidos por el *European Research Council*, el Ministerio de Ciencia y Competitividad, la Unión Europea y el Ministerio de Economía.
3. **La formación del profesorado.** Desde el 2012 el profesorado del Máster ha asistido a 50 congresos, la mayoría de ellos internacionales y ha asistido a 8 cursos relacionados con el ámbito docente. Asimismo, desde 2012 ha realizado estancias de docencia o investigación en 11 universidades distintas, entre ellas *University of Oxford*, *London School of Economics*, *New York University* o *University of Pennsylvania*.
4. **El aval del ICAC.** El objetivo principal del Máster es la convalidación de la parte teórica de acceso al ROAC. En el ejercicio 2016-17, momento en que se redacta este informe, somos la única universidad en Barcelona donde el ICAC le ha homologado la totalidad de los módulos del Máster.
5. **El perfil de los alumnos** facilita el proceso de aprendizaje y adquisición de competencias.
6. **La confianza de las grandes empresas del sector y del público en general.** Las grandes empresas del sector (PWC, KPMG, EY y Deloitte) confían en nuestro Máster, ya sea incentivando a sus incorporaciones a que lo cursen o contratando nuestros graduados. Año tras año desde la primera edición del Máster, nos da la confianza de que los participantes están adquiriendo las competencias generales y específicas que pretende el Máster. Por otro lado, la gran demanda que tenemos nos da indicios de que el público en general confía en el programa y en las posibilidades profesionales que tendrán al cursarlo.
7. **La satisfacción de los participantes.** Los participantes acaban con un nivel altísimo de satisfacción con el programa, con sus contenidos y con el equipo de profesores.
8. **La metodología empleada** en el Máster evalúa no sólo los exámenes sino también los casos prácticos, la resolución de problemas y las exposiciones orales.

Máster Universitario Online en Información Digital.

El Máster Universitario en Información digital tiene una excelente aceptación en el mercado, tanto desde el punto de vista de los estudiantes como desde el punto de los profesionales del sector. A continuación, se exponen aquellos factores que creemos que son la causa de su éxito:

1. **Planificación docente adaptada a la formación online.** El diseño del plan docente está adaptado a las especiales características de la formación online. La temporalización de la formación, la evaluación continua, el sistema de tutorización y los materiales didácticos han sido programados y realizados específicamente para adaptarse a los procesos de enseñanza y aprendizaje no presenciales. Se prioriza la utilización del video, ya sea para el profesor en webinars o vídeos de presentación de los debates, o para los estudiantes, con respuestas a actividades o participación en foros por medio de grabaciones en vídeo. La evaluación continua es flexible ofreciendo diversas alternativas de fechas de entrega. También destacar el uso generalizado de mapas conceptuales en todas las asignaturas que permiten representar de forma visual los conceptos y procedimientos más importantes de cada unidad didáctica.
2. **Calidad del profesorado con una alta dedicación al seguimiento de los estudiantes.** El claustro de profesores está formado por un alto porcentaje de profesores doctores acreditados y un conjunto seleccionado de profesionales de primer nivel. Este claustro es consciente que en la formación no presencial es muy importante realizar un seguimiento efectivo y eficiente de los estudiantes. Es por ello por lo que los profesores adoptan una actitud proactiva para potenciar la comunicación dando respuestas de calidad y de forma rápida.
3. **Actualización constante de materiales didácticos.** Debido a las especiales características de los contenidos del máster, la actualización de los materiales didácticos es un factor crítico. Cada curso es necesario revisar y actualizar gran parte de los contenidos debido a la rapidísima evolución de Internet, sus herramientas y procedimientos. Esto implica la realización de una o dos nuevas unidades didácticas en cada asignatura.
4. **Acceso a los contenidos del programa.** Los egresados disponen de acceso a los materiales actualizados hasta 5 años después de finalizar la titulación.
5. **Trabajo Final de Máster basado en el desarrollo de un caso real de proyecto web.** El TFM es una asignatura vertebradora del máster. Se desarrolla de forma paralela a la impartición del resto de asignaturas. Consiste en diseñar y desarrollar un proyecto web donde poner en práctica en un proyecto real los contenidos que se van viendo en las diversas asignaturas.

Máster Universitario en Marketing

El Máster Universitario en Marketing tiene una excelente aceptación en el mercado, tanto desde el punto de vista de los estudiantes como desde el punto de los profesionales del sector. A continuación, se exponen aquellos factores que creemos que son la causa de su éxito:

- 1. Proyecto individual.** Opción de realizar un plan de Marketing de empresas reales y cercanas con las que tengan contacto directo (familiares, donde trabajan) o proyectos de investigación alineados a las líneas de investigación de los profesores.
- 2. Mentoring personalizado.** Seguimiento individual del TFM por parte de un mentor asignado por la dirección del Máster especializado o con experiencia en el tema del proyecto
- 3. Prácticas Académicas Externas (PAE)s.** Prácticas curriculares en empresas donde aplican los conceptos aprendidos en el programa y prepara a los estudiantes para una mejor inserción laboral
- 4. La satisfacción de los participantes.** En la última edición el 100% de los estudiantes recomendarían el programa. Están altamente satisfechos con la experiencia académica, los contenidos, las PAE y con el equipo de profesores.
- 5. Multiculturalidad y multidisciplinariedad.** El grupo de estudiantes representa diversas procedencias geográficas (Europa, América, Asia y África), así como diferentes disciplinas y ámbitos profesionales. A lo largo del año académico se conforman grupos de trabajo que se van cambiando cada 3 meses para lograr una integración total de todos los estudiantes. Este proceso va acompañado por la monitorización de un tutor grupal que les ayuda como parte del plan de acción tutorial.
- 6. Internacionalización.** El programa se ofrece también, desde el curso 2017-2018, en versión inglesa dirigida a un público mayoritariamente internacional (*Master of Science in Marketing*) por lo que se incentiva, aún más si cabe, este enfoque global y multicultural.

Plan de mejora del Centro

Estándar 1: Calidad del Programa Formativo							
Proceso de admisión							
Diagnóstico	Identificación de las causas	Objetivos a alcanzar	Acciones propuestas	Prioridad	Responsable	Plazos	¿Implica modificación?
Oportunidad para incorporar <i>Best Practices</i> obtenidas tras la implementación de una prueba piloto para la admisión en un conjunto de másteres (<i>Masters of Science</i>).	Actualmente disponemos de un conjunto de ítems que debemos actualizar en base a la experiencia y al paso del tiempo (entrevistas candidatos).	Actualizar los ítems empleados actualmente en el proceso de admisión (entrevistas de los candidatos).	Incorporar nuevos ítems adaptados a los distintos másteres que permitan recopilar información todavía más detallada de cada uno de los candidatos.	Alta	Secretaría General (Admisiones)	Marzo 2018	No
Avanzar la adjudicación de Becas al Talento antes de la matrícula.	Actualmente los candidatos a Beca Talento deben haber abonado como mínimo el 25% del importe de matrícula del máster correspondiente para poder aplicar; ello limita en la decisión de inscripción a la escuela.	Abrir a un mayor número de candidatos la posibilidad de acceder a las Becas Talento sin comprometerlos a un pago significativo (únicamente deberán abonar la preinscripción, actualmente de 120€).	Incorporar la decisión de adjudicación de Beca Talento al proceso de admisión para poder notificarlo conjuntamente y favorecer o no la decisión de matrícula.	Alta	Secretaría General	Adjudicación Becas Talento 2018-2019 (Marzo 2018)	No
Incrementar los % de adjudicación de Becas Talento a los becados.	Históricamente los porcentajes adjudicados a los becados talento han sido del 25%	Concentrar todavía más los importes adjudicados atrayendo perfiles todavía mejores.	Premiar el talento de forma significativa, con % superiores al 25%.	Alta	Secretaría General - Decanato	Adjudicación Becas Talento 2018-2019 (Marzo 2018)	No
Estándar 2: Información pública							
Oportunidad para completar la información pública de algunos Másteres.	Recomendaciones incluidas en el informe de acreditación (recibido en agosto de 2017) del anterior grupo de Másteres evaluados por AQU.	Completar y difundir la información pública requerida por AQU.	Revisar el espacio de información pública en la web del centro.	Alta	Área de Calidad, junto con Marketing y Dirección Académica	2017-2018	No

Estándar 3: Sistema Garantía Interna de la Calidad							
Diagnóstico	Identificación de las causas	Objetivos a alcanzar	Acciones propuestas	Prioridad	Responsable	Plazos	¿Implica modificación?
Oportunidad para que la política de calidad llegue a más grupos de interés.	Recomendaciones incluidas en el informe de evaluación de la comisión de acreditación (Julio 2016).	Difundir la política de calidad a los diferentes grupos de interés en otros idiomas (catalán e inglés) además del castellano.	Traducir el apartado de Calidad disponible en la web y publicar la versión revisada del SGIQ (sept 2017).	Media	Área de Calidad, junto con Marketing	2017-2018	No
Actualizar aspectos necesarios del SGIC	Requerimientos externos e internos de revisión	Adaptar los procesos y procedimientos a los requerimientos normativos.	Revisar los procesos estratégicos y de soporte	Media	Área de Calidad	2017-2018	No
Oportunidad para certificar el sistema	Posibilidad de certificar el sistema a raíz de la Publicación del protocolo de certificación	Decidir si iniciamos el proceso de certificación	Evaluar el SGIC de acuerdo con los estándares de AQU	Media	Área de Calidad	2017-2018	No

Aprobado por el Centro

Estándar 4: Adecuación del profesorado al programa formativo							
Oportunidad para potenciar el modelo de gestión del cuerpo docente propio del Centro.	Necesidad de seguir actualizando la organización del profesorado.	Disponer de una estructura docente adaptada a los nuevos requerimientos de las titulaciones oficiales.	Contratación de una Vicedecana para el profesorado.	Alta	Dirección Académica	Curso 2017-2018	No
Oportunidad de mejora en la capacitación de nuestros profesores.	Identificamos nuevos perfiles de estudiantes que requerirán nuevas aproximaciones a las técnicas de aprendizaje.	Potenciar la capacidades técnicas y pedagógicas del profesorado para estar mejor preparados a los nuevos perfiles de estudiantes.	Adaptar el plan de formación para la nueva estructura docente.	Alta	Dirección Académica	Curso 2017-2018	No
Oportunidad de ampliar la información que se proporciona al profesorado.	Recomendaciones incluidas en el informe de evaluación de la comisión de acreditación (Julio 2016).	Reforzar la coordinación docente.	Difundir entre el profesorado de cada titulación una guía con información práctica sobre el programa.	Alta	Área de Operaciones y Secretaría Académica en coordinación con Dirección Académica	Curso 2017-2018	No

Aprobado por el Centro

Estándar 5: Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje (Servicios de orientación académica y profesional)							
Diagnóstico	Identificación de las causas	Objetivos a alcanzar	Acciones propuestas	Prioridad	Responsable	Plazos	¿Implica modificación?
Algunos estudiantes internacionales no han encontrado la práctica Académica Externa (PAE) a tiempo.	El inicio de la búsqueda de la PAE ha sido demasiado tarde.	Asegurar que la práctica curricular se consiga durante el curso académico.	Avanzar los servicios de orientación profesional para la búsqueda de las PAE.	Media	Servicio de Carreras Profesionales (Alumni y relaciones corporativas)	Octubre 2017	No
Necesidad de aumentar la visibilidad y facilitar el acceso a las ofertas de PAE.	En el caso de los estudiantes internacionales, el proceso de búsqueda de PAE puede ser más complejo que para un estudiante local.	Aumentar el volumen de ofertas.	Implantación de una nueva plataforma para mejorar el volumen de prácticas internacionales (VAULT y EFMD <i>Global Portal Talent</i>).	Alta	Servicio de Carreras Profesionales (Alumni y relaciones corporativas)	Enero 2018	No
Estándar 5: Eficacia de los sistemas de apoyo al aprendizaje (Recursos Materiales y tecnológicos)							
Oportunidad para adaptar los espacios físicos a las nuevas metodologías educativas.	Detectar espacios (aulas, salas polivalentes, talleres.) para aplicar las nuevas metodologías de aprendizaje.	Adecuar espacios y mobiliario para poder apoyar a estas nuevas metodologías multidisciplinares.	Integración de aulas para posibilitar metodologías más dinámicas (201/202/401/402).	Media	Área de Recursos (<i>Facility office</i>)	Agosto 2018	No
Un número de salas de estudio individuales algo limitados.	Los estudiantes solicitan más espacios para trabajo en grupo.	Adecuar espacios y mobiliario para fomentar el trabajo grupal y por proyectos de los estudiantes	Adaptación del espacio de la galería para convertirlo en un espacio multifuncional para los estudiantes.	Alta	Área de Recursos (<i>Facility Office</i>)	Julio 2018	No
En algunos puntos del edificio podría mejorar la intensidad de la señal inalámbrica de acceso a Internet.	Posibles espacios sin suficiente cobertura inalámbrica.	Mejorar la cobertura inalámbrica y de acceso a Internet para los estudiantes y profesores.	Ampliación de la red Wifi.	Media	Área de Recursos (<i>Facility Office</i>)	Junio 2018	No

Estándar 6: Calidad de los resultados de los programas formativos							
6.1 Resultados de aprendizaje							
Diagnóstico	Identificación de las causas	Objetivos a alcanzar	Acciones propuestas	Prioridad	Responsable	Plazos	¿Implica modificación?
Posibilidad de estandarizar algunos elementos de la rúbrica de evaluación de los TFM.	Los sistemas de evaluación son específicos en cada titulación.	Homogeneizar, en la medida de los posible, la evaluación de los TFM de diferentes titulaciones.	Iniciar el despliegue de la estandarización de los instrumentos de evaluación de TFM utilizados en diferentes programas formativos.	Alta	Dirección Académica	2017-2018	No
6.4 Inserción Laboral							
Diagnóstico	Identificación de las causas	Objetivos a alcanzar	Acciones propuestas	Prioridad	Responsable	Plazos	¿Implica modificación?
Oportunidad de incrementar el volumen de ofertas laborales y mejorar las posibilidades de <i>networking</i> .	El <i>networking</i> es un factor determinante para fomentar la inserción laboral.	Más accesibilidad a ofertas laborales y <i>networking</i> .	Implantar una plataforma tecnológica para fomentar la vinculación con los antiguos alumnos y favorecer así los servicios de inserción laboral de los egresados.	Alta	Alumni y Relaciones Corporativas	2017-2018	No
Oportunidad de incrementar el volumen de ofertas laborales.	Petición de los estudiantes para poder acceder a ofertas laborales.	Más accesibilidad a ofertas laborales.	Implantar una plataforma tecnológica para el servicio de carreras profesionales (Job Portal).	Alta	Alumni y Relaciones Corporativas	2017-2018	No

Plan de mejora de las titulaciones

Máster Universitario en Dirección Financiera y Contable de la Empresa

Estándar 4: Adecuación del profesorado al programa formativo							
Diagnóstico	Identificación de las causas	Objetivos a alcanzar	Acciones propuestas	Prioridad	Responsable	Plazos	¿Implica modificación?
Oportunidad de mejorar el porcentaje de doctores acreditados.	Los estándares de calidad exigen una mejora continua en la formación académica y capacidades investigadoras del profesorado.	Incrementar el número de profesores doctores y profesores doctores acreditados.	Incorporar dos profesores doctores y conseguir la acreditación de un profesor ya doctor.	Media	Dirección Académica título y Centro	Curso 2017-2018	No
Estándar 5 : Servicio de Orientación Académica y Orientación profesional							
Posibilidad de potenciar la empleabilidad de los participantes permitiéndoles mejorar su nivel de inglés técnico.	Disparidad en el conocimiento de la lengua inglesa entre los alumnos.	Mejorar el nivel de inglés técnico de los estudiantes, sobre todo en relación con lectura y comprensión de conceptos financieros.	Estudiar la opción de un curso intensivo opcional de inglés financiero a todos los participantes y ofrecer un piloto para el curso siguiente.	Media	Dirección Académica	2018-2019	No
Dificultad de asignar prácticas a estudiantes internacionales y con experiencia profesional.	En ocasiones, las empresas priorizan a los estudiantes locales (en el momento de asignar las prácticas) respecto a los internacionales por el idioma y conocimiento del sector.	Procurar que todos los estudiantes dispongan de las mismas oportunidades para encontrar prácticas vinculadas al ámbito de actuación de la titulación.	Ampliar la red de organizaciones internacionales en las que pueden llevar a cabo las prácticas.	Alta	Dirección Académica y Servicio de Carreras Profesionales	Curso 2017-2018	No
Estándar 6: Resultados de aprendizaje							
Oportunidad para mejorar el proceso de evaluación del Trabajo Final de Máster online por medio de la videoconferencia y tribunal.	Durante el curso 2016/2017 se ha usado la presentación de trabajos vía videoconferencia, pero ante un único profesor no tutor.	Mejorar el proceso de evaluación del Trabajo Final de Máster (de la versión online).	La acción de mejora consiste en componer tribunales de presentación de TFM online formados por al menos 3 profesores del Máster.	Media	Dirección académica y tutores del TFM	Curso 2017-2018	No

Máster Universitario en Gestión Financiera y Auditoría de la Empresa

Estándar 1: Ampliar el número de candidaturas aceptadas							
Diagnóstico	Identificación de las causas	Objetivos a alcanzar	Acciones propuestas	Prioridad	Responsable	Plazos	¿Implica modificación?
Oportunidad para mejorar la cifra de preinscritos al programa especialmente en la versión presencial.	Los primeros años del título no se cubrieron la totalidad de las plazas ofertadas, en gran parte debido a la crisis económica a la disminución de los puestos de auditor junior.	Seguir la buena tendencia del 17-18 e incrementar las inscripciones y admisiones al programa, particularmente en la versión presencial.	Realizar más acciones de comercialización dirigidas especialmente a estudiantes de último curso de grado.	Media	Área de Marketing	A partir del curso 2017-2018	No
Estándar 4: Adecuación del profesorado al programa formativo Ratios de profesores doctores							
Aunque el equipo de profesores doctores ha realizado la mayor parte de las horas, se ha detectado que en un grupo el porcentaje se situó en un 68% y en otro en un 69% (en el resto de grupos el porcentaje fue del 78%).	Velocidad de adaptación al Real Decreto.	Llegar a un 70% en todos los grupos.	Reubicar alguno de los profesores entre los distintos grupos existentes.	Media	Dirección Académica	Curso 2017-2018	No
Estándar 6: Calendarización del Máster							
Algunos alumnos creen que es difícil compaginar el Máster con la época de más trabajo en el sector de auditoría (primeros meses del año).	La auditoría de cuentas es una profesión exigente, donde en la <i>busy season</i> (primeros meses del año) es difícil realizar otras actividades.	Estudiar un diseño alternativo del calendario académico para los participantes que están trabajando.	Revisar los ECTS de la Resolución del ICAC, el calendario académico de la BSM y estudiar si sería posible dicha calendarización.	Media	Dirección Académica	Curso 2018-2019	No

Máster Universitario en Información Digital

Estándar 1: Adecuación del profesorado al programa formativo							
Diagnóstico	Identificación de las causas	Objetivos a alcanzar	Acciones propuestas	Prioridad	Responsable	Plazos	¿Implica modificación?
Oportunidad para optimizar la organización interna del profesorado para potenciar la comunicación horizontal.	Los profesores se comunican y se coordinan principalmente a través de medios online y asíncronos.	Potenciar y reforzar la organización interna del profesorado para facilitar la comunicación y el debate de ideas entre los profesores.	Reunión anual por videoconferencia con los profesores principales (coord) de cada asignatura.	Alta	Dirección Académica	Curso 2017/2018	No
Estándar 5. Acción tutorial							
Oportunidad para potenciar la personalización y el contacto directo entre los tutores y los estudiantes.	Las características propias de la modalidad online requieren de una mayor constancia y organización de los alumnos	Reforzar el contacto directo y personalizado entre los tutores y los estudiantes.	Realizar una tutoría por videoconferencia individual con cada estudiante al iniciar el Máster. Establecer un calendario y un horario para consultas a los tutores por medio de videoconferencia.	Alta	Dirección académica y tutores	Curso 2017/2018	No
Estándar 6. Calidad de los resultados de los programas formativos							
Oportunidad para incluir nuevos tipos de actividades de aprendizaje.	Las actividades de aprendizaje son un factor clave en el proceso de enseñanza/aprendizaje. Los estudiantes aprenden cuando practican, especialmente en competencias de tipo operativo. Diversificar el tipo de actividades implica nuevas oportunidades para aprender. Por otra parte, habría que evitar aumentar de forma excesiva la carga de trabajo de evaluación de los profesores puesto que con las actuales actividades ya realizan un gran esfuerzo.	Diversificar todavía más los tipos de actividades de aprendizaje sin cargar en exceso la carga de trabajo del profesor.	Incluir nuevos tipos de actividades de aprendizaje que sean efectivas, motivadoras y que no impliquen una carga excesiva de evaluación por parte de los profesores.	Media	Dirección académica	Curso 2017/2018	No

Estándar 6. Calidad de los resultados de los programas formativos							
La prueba piloto sobre el uso de rúbricas realizada durante el curso 2016/2017 ha mostrado su eficiencia en el proceso de evaluación y ha tenido una muy buena respuesta por parte de los estudiantes.	Con el uso de rúbricas se especifican de forma mucho más clara los criterios de evaluación, permite a los estudiantes concretar de forma efectiva sus respuestas y facilita el proceso de evaluación por parte de los profesores.	Aplicar el uso de rúbricas en la evaluación también a las entregas parciales del TFM.	Redactado de una rúbrica específica para cada entregable del TFM. Incluir un redactado en la guía docente sobre la evaluación de las principales actividades de la evaluación continua.	Alta	Dirección académica y tutores del TFM.	Curso 2017/2018	No
Generalizar el uso del vídeo en la entrega de actividades de la evaluación continua.	Durante el curso 2016/2017 se dio la oportunidad de entregar ejercicios en formato vídeo gracias a la incorporación de una nueva aplicación en el aula virtual que permite el registro y la edición de vídeos. La entrega en vídeo permite mejorar los indicadores para acreditar la autoría de los ejercicios.	Entregar una parte de los ejercicios de la evaluación continua en formato vídeo.	Incluir la obligatoriedad que al menos el 50% de los ejercicios más importantes de la evaluación continua sean entregados en formato vídeo donde los estudiantes realizan una presentación usando Power Point o similar.	Media	Dirección académica y profesores	Curso 2017/2018	No
Oportunidad para mejorar el proceso de evaluación del Trabajo Final de Máster por medio de la videoconferencia.	Durante el curso 2016/2017 se ha usado con mucho éxito la videoconferencia en los webinars. Esta herramienta tiene mucha potencialidad también en los procesos de evaluación, en especial en el TFM.	Mejorar el proceso de evaluación del Trabajo Final de Máster.	La acción de mejora consiste en hacer esta entrega por videoconferencia donde el estudiante defienda el trabajo realizado y responda a las preguntas de los evaluadores.	Media	Dirección académica y tutores del TFM	Curso 2017/2018	No

Máster Universitario en Marketing

Estándar 1: Calidad del programa formativo							
Diagnóstico	Identificación de las causas	Objetivos a alcanzar	Acciones propuestas	Prioridad	Responsable	Plazos	¿Implica modificación?
Algunos de los estudiantes han mostrado interés en ampliar los contenidos del ámbito digital.	Los contenidos de marketing digital han sido diseñados como una asignatura optativa que se desarrolla en el tercer trimestre.	Incrementar los contenidos digitales en todas las asignaturas que puedan contemplarlo.	Revisar los contenidos actuales de diversas asignaturas para actualizarlos con ejemplos y conceptos que contemplen el marketing digital.	Media	Dirección Académica y profesores de las asignaturas	Curso 2017-2018	No
Diversos alumnos nos han indicado en las encuestas que les gustaría disponer de casos de estudio más actuales.	Algunas asignaturas utilizan casos de estudio reconocidos tanto a nivel nacional como internacional, pero ambientados hace ya varios años.	Actualizar los casos de estudio de las asignaturas que los utilicen.	Identificar las asignaturas que utilizan casos de estudio y sustituirlos si se consideran que hay más actuales que cubren los mismos objetivos.	Media	Dirección Académica y profesores de las asignaturas	Curso 2017-2018	No
Estándar 4: Cualificación y apoyo al profesorado							
Necesidad de incrementar las horas de docencia de profesorado doctor.	Para los primeros cursos el porcentaje los profesores doctores realizaban cerca del 60% de la actividad formativa.	Alcanzar el 70% requerido en el RD 420/2015 en el plazo establecido en la moratoria.	Incorporar nuevo profesorado doctor.	Alta	Dirección Académica y profesores de las asignaturas	Curso 2017-2018	No
La participación del profesorado en actividades de mejora docente está principalmente enfocado a temas profesionales y menos de carácter científico o de innovación docente.	El perfil profesionalizado de programa ha marcado hasta el momento la orientación de las actividades de apoyo docente.	Aumentar la participación del profesorado en actividades relacionadas con la investigación y la innovación docente.	Facilitar y orientar al profesorado en los procesos de publicación en revistas académicas, asegurando que conocen los incentivos que ofrece la BSM para publicar en revistas JCR.	Baja	Dirección Académica	Curso 2017-2018	No
Estándar 6: Calidad de los resultados de los programas formativos							
Algunos alumnos han expresado que, aunque el TFM es individual hay diversas actividades en grupo (seminarios y talleres) que son muy interesantes y necesarias para el correcto desarrollo del TFM. Sin embargo, tienen muy poco peso en la nota final.	Hasta el momento se le ha dado mayor relevancia al Trabajo individual del TFM en detrimento de las actividades preparatorias en aula (seminarios/talleres).	Repartir de manera más balanceada los pesos de evaluación de las actividades del TFM.	Incrementar el peso de las actividades preparatorias dentro de los márgenes que recoge la memoria de verificación. Pasar del 10% al 20%.	Alta	Dirección Académica	Curso 2017-2018	No