

Informe de seguiment

- **Màster universitari en Direcció Financera i Comptable de l'Empresa (Especialitat en Finances/ Controlling)**
- **Màster universitari en Gestió Financera i Auditoria de l'Empresa**
- **Màster universitari en Informació Digital**
- **Màster universitari en Màrqueting**

**Centre adscrit Barcelona School of Management-
Universitat Pompeu Fabra**

Curs avaluat: 2014-2015

Format: Informe de Seguiment Parcial

Data d'aprovació: maig 2017

Índex¹

| | |
|---|----|
| 0. DADES IDENTIFICATIVES | 3 |
| 1. VALORACIÓ DE L'ASSOLIMENT DELS ESTÀNDARDS | 7 |
| Qualitat del programa formatiu | 7 |
| Pla d'estudis..... | 7 |
| Nombre i perfil estudiants | 8 |
| Procedència | 9 |
| Complements formatius | 13 |
| Qualitat dels resultats dels programes formatius | 14 |
| Resultats acadèmics de la titulació..... | 14 |
| Valoracions dels estudiants amb l'activita docent | 20 |
| 6 VALORACIÓ I PROPOSTA DEL PLA DE MILLORA | 21 |

¹ Cal actualitzar l'índex un cop s'hagi aportat tot el contingut.

0. DADES IDENTIFICATIVES

| | |
|--|---|
| Universitat | Universitat Pompeu Fabra |
| Nom del centre | Barcelona School of Management |
| Dades de contacte | Daniel Serra Decano / Director Académico Daniel.Serra@bsm.upf.edu Carme Martinell Directora General Carme.Martinell@bsm.upf.edu |
| Responsable(s) de l'elaboració de l'informe | Directors acadèmics de les titulacions |

| Titulacions impartides al centre | | | | | | | |
|--|-----------|--------------|-------------------|---|----------------------|--------------------|---|
| Denominació | Codi RUCT | Crèdits ECTS | Any d'implantació | Coordinador / responsable de la titulació | Modalitat | Versions | Dades analitzades en el present informe |
| Màster universitari en Polítiques Públiques i Socials | 4312410 | 120 | 2010 | Dr. Vicenç Navarro Dra. Mònica Clua | Presencial | Castellà | NO |
| Màster universitari en Gestió Estratègica de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació | 4312746 | 90 | 2010 | Dr. Carles Martín Dr. Xavier Castillo Dra. Carolina Luís Màster en proceso de extinción (última edición curso 2015-2017) | Presencial | Anglès | NO |
| Màster universitari en Ciències Empresariales /Master of Science in Management | 4313087 | 60 | 2011 | Dr. Gert Cornelissen Dra Anna Torres | Presencial | Anglès | NO |
| Màster universitari en Banca i Finances | 4313068 | 60 | 2011 | Dr. Xavier Freixas Dr. Òscar Elvira | Presencial | Castellà | NO |
| Màster universitari en Negocis Internacionals / International Business | 4313012 | 60 | 2011 | Dr. Carles Murillo / Dr. Manuel Cienfuegos (versión BSM) Dra. Mercè Roca (versión ESCI) | Presencial Online | Castellà Anglès | NO |

| | | | | | | | |
|---|----------------------|-----|------|---|--|----------|----|
| Màster universitari en Advocacia | 4313486 | 90 | 2012 | Dr. Ramón Ragués Sra. Marta Isern (ICAB) | Presencial | Castellà | NO |
| Màster universitari en Administració i Direcció d' Empreses | 4313288 | 90 | 2012 | Dr. Jordi de Falguera | Presencial | Castellà | NO |
| Màster universitari en Animació | 4313872 (no RUCT) | 90 | 2013 | Dr. Josep Blat Sr. Daniel Pacheco Sr. Guillermo Marín | Presencial | Castellà | NO |
| Màster Universitari en Finances Corporatives i Banca / M.Sc. in Corporate Finance and Banking | 4313873 (no RUCT) | 60 | 2013 | Dr. Albert Banal-Estañol | Presencial | Anglès | NO |
| Màster universitari en Mercats Financers | 4313814 | 60 | 2013 | Dr. Xavier Freixas Dr. Xavier Brun | Presencial | Castellà | NO |
| Màster universitari en Assessorament Genètic | 4314663 (no RUCT) | 120 | 2014 | Dr. Luís Alberto Pérez Jurado | Presencial | Castellà | NO |
| Màster universitari en Direcció Financera i Comptable de l'Empresa | 4314754 (no RUCT) | 60 | 2014 | Dr. Jordi de Falguera Dr. Santi Aguilà | Presencial Semipresencial Online | Castellà | SI |
| Màster universitari en Gestió Financera | 4314830 | 60 | 2014 | Dr. Jordi Perramón | Presencial | Castellà | SI |

| | | | | | | | |
|---|----------------------|----|------|---|--------------------------|--------------------|----|
| i Auditoria de l' Empresa | (no RUCT) | | | Dr. Jordi de Falguera Dr. Francesc Marín | Semipresencial Online | | |
| Màster universitari en Informació Digital | 4314700 (no RUCT) | 60 | 2014 | Dr. Cristòfol Rovira Dr. Lluís Codina Dra. Mari Carmen Marcos | Online | Castellà | SI |
| Màster universitari en Marketing / MSc. In Marketing | 4314831 (no RUCT) | 60 | 2014 | Dr. Antonio Ladrón de Guevara Dra. Carolina Luís | Presencial | Castellà Anglès | SI |
| Màster universitari en Marketing Digital / MSc in Digital Marketing | 4315319 (no RUCT) | 60 | 2015 | Josep-Maria Fàbregas Dr. Antonio Ladrón de Guevara | Presencial | Castellà Anglès | NO |
| Màster universitari en Govern i Gestió Pública en Amèrica Llatina | 4315438 (no RUCT) | 90 | 2015 | Dr. Carles Ramió Dr. David Sancho Dr. Miquel Serna | Online | Castellà | NO |
| Màster universitari en Economia de la Salut i del Medicament / Master in Health Economics and Pharmacoeconomics | 4315324 | 60 | 2010 | Dr. Jaume Puig Dr. Carles Murillo | Online | Castellà Anglès | NO |

1. VALORACIÓ DE L'ASSOLIMENT DELS ESTÀNDARDS

Es presenten dades corresponents de 4 titulacions, que van començar a impartir-se el curs 2014-2015. Per tant, la informació aportada és sempre corresponent a la primera edició. Al tractar-se de titulacions que disposen de diferents modalitats i també desplegaments temporals diferents, l'anàlisi de seguiment no s'ha pogut finalitzar fins que no ha acabat la darrera modalitat (juliol del 2016).

Qualitat del programa formatiu

Pla d'estudis

Les dades presentades de cada un dels estudis corresponen al desplegament de la primera edició de cada un d'ells.

Al tractar-se doncs de primeres edicions les titulacions seguien el pla d'estudis de la memòria verificada.

No obstant, arrel de l'anàlisi de seguiment d'aquestes primeres edicions (i les successives) s'ha cregut oportú, i així queda recollit en els plans de millora, demanar als òrgans competents les següents modificacions:

Places:

En tots els casos excepte en el *MU en Gestió Financera i Auditoria de l'Empresa*, durant el primer curs d'impartició s'ha sol·licitat un augment de les places pel curs 2015-2016 degut a l'alta demanda de l'estudi. Aquest augment de places es pot consultar a la taula del punt 1.3 i també queda recollit als plans de millora de cada titulació.

Plans d'estudis:

- **Màster universitari en Gestió Financera i Auditoria de l'Empresa**

Pel proper curs 2017-2018 s'ha demanat modificacions no substancials consistents en canvi de temporalitat de determinades assignatures i l'augment de les hores de docència dintre de l'aula i en conseqüència a actualitzar la plantilla de professorat. També s'ha aprofitat per fer un ajustament en les ponderacions dels sistemes d'avaluació de l'estudiant.

- **Màster universitari en Màrqueting. MSc in Marketing**

Pel 2015-2016 es va sol·licitar una modificació no substancial que incloïa un reajustament en la metodologia i els mètodes d'avaluació d'una assignatura obligatòria i en el desplegament temporal del treball final de màster.

Pel 2017-2018 s'ha demanat una modificació no substancial per incloure noves assignatures optatives.

- **Màster universitari en Direcció Financera i Comptable de l'Empresa (Especialitat en Finances/ Controlling)**

Pel 2015-2016 no es va sol·licitar cap modificació que afectés al pla d'estudis.

Pel 2016-2017 s'han tramitat unes modificacions no substancials de la titulació, que consisteixen en la incorporació de 4 assignatures optatives noves, 1 per l'especialitat de Controlling i 3 per la especialitat en finances.

De cara al 2017-2018 s'ha demanat a l'AQU una modificació del pla d'estudis consistent en la introducció d'una nova especialitat.

- **Màster universitari en Informació Digital**

De cara al curs 17-18 s'ha demanat una modificació no substancial consistent en la introducció de noves assignatures optatives.

Nombre i perfil estudiants

| | Places ofertes 14-15 | Estudiants de nou ingrés |
|---|-------------------------|-----------------------------|
| Màster universitari en Màrqueting | 40 | 36 |
| Màster universitari en Direcció Financera i Comptable de l'Empresa (Especialitat en Finances/ Controlling) | 65 | 117 |
| Màster universitari en Informació Digital | 40 | 63 |
| Màster universitari en Gestió Financera i Auditoria de l'Empresa | 300 | 224 |

La relació entre oferta i la demanda pel que fa a la primera edició dels estudis ha estat positiva en gairebé tots els estudis.

Pel que fa al *Màster universitari en Direcció Financera i Comptable de l'Empresa* la demanda ha estat superior a l'oferta, sobretot a l'especialitat en finances corporatives. Degut a aquesta alta demanda del màster i en previsió d'una major demanda, de cara al curs 2015-2016 s'ha sol·licitat un augment de places de la titulació que augmenten de 65 a 135.

En el *Màster universitari en Gestió Financera i Auditoria de l'Empresa* l'oferta de places ha estat suficient per respondre a les necessitats de la demanda. Els matriculats d'aquesta primera edició estan una mica per sota de les places ofertes, no obstant, les matrícules pels propers cursos van en augment i al curs 2015-2016 hi ha 235 matriculats.

En el *Màster universitari en Màrqueting*, l'oferta de places també ha estat suficient per respondre a les necessitats de la demanda ja que els matriculats d'aquesta primera edició estan una mica per sota de les places disponibles, no obstant, tractant-se de la primera edició considerem com una situació molt positiva.

Finalment, en el *Máster Universitari en Informació Digital*, la demanda també ha estat superior a l'oferta. Degut a aquesta alta demana i en previsió de l'inici d'una nova especialitat de cara el proper curs 2015-2016 també s'ha sol·licitat un augment de les places.

A continuació es presenten les places ofertades pel curs 2015-2016:

| | Places ofertes 15-16 |
|---|-------------------------|
| Màster universitari en Màrqueting | 50 |
| Màster universitari en Direcció Financera i Comptable de l'Empresa (Especialitat en Finances/ Controlling) | 135 |
| Màster universitari en Informació Digital | 90 |
| Màster universitari en Gestió Financera i Auditoria de l'Empresa | 280 |

Procedència

- **Màster universitari en Direcció Financera i Comptable de l'Empresa (Especialitat en Finances/ Controlling)**

| Indicadors (modalitat presencial) | 2014-2015 (presencial) | 2014-2015 (semipresencial) | 2014-2015 (online) |
|--|---------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| Estudiants que provenen de la mateixa universitat | 8 | 9 | 1 |
| Estudiants que provenen d'altres universitats del SUC | 28 | 25 | 7 |
| Estudiants que provenen d'altres universitats de l'estat | 9 | 5 | 11 |
| Estudiants que provenen d'universitats estrangeres | 10 | 1 | 3 |

El Máster universitari en Direcció Financera i Comptable de l'Empresa en qualsevol de les seves tres modalitats (presencial, semipresencial i online) va dirigit a titulats universitaris que tinguin una Diplomatura en Ciències Empresarials o bé una Llicenciatura o grau preferiblement de l'àmbit d'Empresarials, Administració i Direcció d'Empreses i Economia. Per altra banda, també es valora que el participant tingui experiència prèvia en l'àmbit empresarial en cas que el seu grau o llicenciatura d'origen sigui diferent de l'anterior.

Si analitzem el perfil dels estudiants admesos, podem observar que la gran majoria són recent llicenciats i professionals amb poca experiència majoritàriament a totes dues especialitats de la modalitat presencial i pocs recent llicenciats i molts més professionals amb més experiència

tant a les modalitats semipresencial i on-line a totes dues especialitats. La majoria d'alumnes de cada una de les modalitats de màster són graduats estudis de l'àmbit empresarial, el 85,5% a la modalitat presencial, el 95% a la modalitat semipresencial i el 95,5% a la modalitat online. Durant el procés d'admissió s'exigeix que els participants que provenen de diplomatura en empresarial o de llicenciatura/grau que no està relacionada amb la gestió empresarial tinguin una experiència professional de mínim tres anys en l'àmbit de la gestió empresarial. Així, es van obtenir grups homogenis amb coneixements similars que es van adaptar perfectament als continguts i funcionament del programa.

Tenint en compte aquestes dades, podem afirmar que el perfil dels estudiants admesos i matriculats coincideix amb el que es marca a la memòria.

Pel que fa a la procedència geogràfica dels estudiants de la versió presencial del màster, la majoria (81,8%) són procedents de Catalunya o bé de la resta de l'estat espanyol (67,3% i 14,5% respectivament). Un tant per cent més petit prové de països estrangers principalment de l'Amèrica Llatina (14,5%) i d'Europa (3,6%). A la versió semipresencial trobem un perfil principalment local, el 90% són alumnes catalans i el 10% alumnes procedents de la resta de l'estat espanyol. Finalment, a la versió online, la procedència és similar a la de la versió presencial, el 22,7% són alumnes de Catalunya, el 45,5% són alumnes de la resta de l'estat. Els estudiants estrangers són encara una minoria, constitueixen un 31,6% de la totalitat (18,2% de països europeu i 13,6% d'Amèrica Llatina) no obstant hi ha una tendència a l'alça.

Les universitats de procedència en gran mesura coincideixen amb la procedència dels alumnes. A les tres modalitats del màsters la majoria dels estudiants provenen d'universitats catalanes o bé de la resta de l'estat mentre que els estudiants d'universitats estrangeres són una minoria.

En la modalitat presencial el 81,8% dels estudiants provenen d'una universitat catalana o de la resta de l'Estat (65,4% i 16,4% respectivament) mentre que els estudiants procedents d'universitats estrangeres constitueixen únicament un 18,1% de la totalitat.

En la versió semipresencial trobem valors similars, els estudiants procedents d'universitats de Catalunya i de la resta de l'Estat constitueixen el 97,5% de la totalitat, mentre que els estudiants d'universitats internacionals són únicament un 2,5% del total. Finalment, en la versió online les universitats de Catalunya i de la resta de l'estat sumen el 86,3% i les universitats estrangeres el 13,6% i els locals.

- **Màster universitari en Gestió Financera i Auditoria de l'Empresa**

| Indicadors | 2014-2015 (presencial) | 2014-2015 (semipresencial) |
|--|---------------------------|-------------------------------|
| Estudiants que provenen de la mateixa universitat | 1 | 81 |
| Estudiants que provenen d'altres universitats del SUC | 8 | 115 |
| Estudiants que provenen d'altres universitats de l'estat | 3 | 12 |
| Estudiants que provenen d'universitats estrangeres | 2 | 2 |

El *Màster en Gestió Financera i Auditoria de l'Empresa*, en qualsevol de les seves tres modalitats (presencial, semipresencial i online) va dirigit a titulats universitaris que tinguin una Diplomatura en Ciències Empresarials o bé una Llicenciatura o grau preferiblement de l'àmbit d'Empresarials, Administració i Direcció d'Empreses i Economia. Per altra banda, també es valora que el participant tingui experiència prèvia en l'àmbit empresarial en cas que el seu grau o llicenciatura d'origen sigui diferent de l'anterior.

Troben que el perfil dels estudiants del màster és un perfil molt homogeni. El programa està molt adreçat a les necessitats actuals del sector i durant tot el procés d'admissió i selecció es fa una bona orientació del perfil recomanat. Un altre element que afavoreix que el perfil del màster sigui molt homogeni és el fet que el màster que convalida la part teòrica d'accés al ROAC. El perfil del màster és el perfil estàndard dels alumnes que accedeixen al ROAC. La majoria dels estudiants tenen interès de convalidar l'examen teòric per poder esdevenir auditors de comptes.

Per aquest motiu, si analitzem el perfil dels estudiants matriculats en aquesta primera edició podem afirmar que el perfil dels estudiants admesos s'adequa als requisits marcats a la memòria del Màster i que és l'adequat per poder superar satisfactòriament l'estructura curricular de la titulació. Els estudiants admesos són majoritàriament (96,8%) graduats en estudis de l'àmbit empresarial (ADE, Ciències Empresarials, Economia, Comptabilitat i Finances etc). Els estudiants han accedit al màster amb titulacions no vinculades a l'empresa (enginyeria) tenen experiència laboral en el sector de l'empresa.

Pel que fa a la procedència dels estudiants, degut a la tipologia del màster, la majoria dels alumnes són de Catalunya (87%) o bé de la resta de l'Estat espanyol (9,8%). Només una petita part dels estudiants provenen de països estrangers (3,1%).

Les universitats de procedència també coincideixen en gran mesura amb la procedència dels alumnes. El 91,5% dels alumnes provenen d'universitats catalanes, el 6,6% provenen d'universitats de la resta de l'estat espanyol i el 1,7% d'universitats estrangeres.

- **Màster universitari en Informació Digital**

| Indicadors | 2014-2015 |
|--|-----------|
| Estudiants que provenen de la mateixa universitat | 2 |
| Estudiants que provenen d'altres universitats del SUC | 26 |
| Estudiants que provenen d'altres universitats de l'estat | 28 |
| Estudiants que provenen d'universitats estrangeres | 7 |

El perfil idoni del participant del Màster Universitari en Informació Digital (online) serà aquell que posseeixi un grau o una titulació universitària preferiblement en l'àmbit de la Biblioteconomia i Documentació, Comunicació Audiovisual, Periodisme, Publicitat i Relacions Públiques. D'altra banda es valorarà que el participant tingui experiència en el sector d'un mínim de 2 anys, tant a nivell nacional com a internacional.

El Màster en Informació Digital està dissenyat per titulats de graus de ciències socials que tinguin un base tecnològica forta. No és un màster de tecnologies de la informació dirigit a titulats d'informàtica o telecomunicacions, malgrat alguns participants provenen d'aquestes titulacions. És per això que es van seleccionar 4 titulacions que compleixen especialment amb aquest requisit, com son Biblioteconomia i Documentació, Comunicació Audiovisual, Periodisme, Publicitat i Relacions Públiques. Les 3 últimes son titulacions de comunicació que encaixen millor en la especialitat de cercadors, la primera està directament relacionada amb la especialitat de comunicació audiovisual.

La tasques a realitzar en les diferents professions per les que prepara el màster impliquen conèixer a fons com gestionar un entorn tecnològic per obtenir el màxim rendiment i a més la majoria d'elles tenen un alt component de comunicació social. Algunes d'aquestes professions són: Community Manager, Social Media Manager, Content Curator, Expert en SEO, Expert en SEM, Analista digital, Dissenyador web, Creador de continguts digitals, Arquitecte de la informació, Expert en usabilitat i experiència d'usuari.

En relació al perfil dels estudiants cal destacar que el 27% provenen de titulacions de Biblioteconomia i documentació, els quals realitzen la especialitat del Màster en Documentació Digital i Cercadors. El 7,9% provenen de Periodisme, el 7,9% de Publicitat i Relacions Públiques, el 12,7% de Comunicació Audiovisual, el 15,9% correspon a titulacions com Història, Història de l'Art, Humanitats, Filosofia i Lletres o Geografia. Un 3,2% són estudiants provinents d'enginyeries. Destacar també que un 7,8% correspon a titulacions d'ADE, Ciències Empresarials o Negocis Internacionals.

El perfil d'ingrés s'ajusta en gran mesura al que es va preveure en dissenyar el màster. Prop del 60% dels participants corresponen a les 4 titulacions que es van marcar com a prioritàries: Biblioteconomia i Documentació, Comunicació Audiovisual, Periodisme, Publicitat i Relacions Públiques.

Pel que fa a la procedència geogràfica dels estudiants del màster, la majoria provenen de Catalunya (41,3%) o bé de la resta de l'estat espanyol (41,3%). Un 12,7% provenen de països llatinoamericans i el 4,8% restant prové de països europeus.

Les universitats de procedència en gran mesura coincideix amb el procedència dels alumnes. El 44,4% provenen d'universitats catalanes, el 44,4% provenen d'universitats de la resta de l'estat espanyol i un 11,1% provenen d'universitats estrangeres.

- **Màster universitari en Màrqueting. MSc in Marketing 2014-2015**

| Indicadors | 2014-2015 |
|--|-----------|
| Estudiants que provenen de la mateixa universitat | 4 |
| Estudiants que provenen d'altres universitats del SUC | 24 |
| Estudiants que provenen d'altres universitats de l'estat | 1 |
| Estudiants que provenen d'universitats estrangeres | 7 |

El *Màster universitari en Màrqueting. MSc in Marketing* va dirigit a titulats universitaris que tinguin una titulació universitària en l'àmbit de Economia, Estadística, Comunicació i Administració i Direcció d'Empreses. Per altra banda, també es valora que l'estudiant tingui experiència professional en el camp del màrqueting de mínim 2 anys amb titulacions d'enginyeria, ciències o humanitats.

Per tant el perfil dels estudiants admesos s'adequa al requisits establerts. Els estudiants són majoritàriament de l'àmbit d'Economia, ADE i Ciències Empresarials (50%) i Comunicació (33,4%) i la resta d'altres titulacions (16,7%), aquest han accedit al màster amb experiència professional en el sector.

Pel que fa a la procedència dels estudiants, la majoria dels alumnes són de Catalunya (72,2%), de la resta de l'Estat espanyol (5,6%), un (16,6 %) provinents de Llatinoamerica, un (2,7%) de la resta d'Europa i un (2,7%) d'altres països.

Les universitats de procedència també coincideixen amb la procedència dels alumnes. El (75%) dels alumnes provenen d'universitats catalanes, el (2,7%) provenen d'universitats de la resta de l'estat espanyol, el 5,5% d'universitats europees i novament el (16,6 %) d'alumnes provinents d'universitats llatinoamericanes.

Complements formatius

Només el MU en Màrqueting contempla complements formatius en la seva memòria. Tot i això en la primera edició cap estudiant l'ha hagut de cursar ja que comptaven amb el perfil idoni per seguir el programa sense problemes.

Qualitat dels resultats dels programes formatius

Resultats acadèmics de la titulació

- **Màster universitari en Direcció Financera i Comptable de l'Empresa (Especialitat en Finances/ Controlling)**

| | 2014-2015 (presencial) | 2014-2015 (semipresencial) | 2014-2016 (online) |
|---------------------|---------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| Taxa de rendiment | 100% | 97,5% | 99,2 % |
| Taxa d'abandonament | 0% | 2,5% | 2,8 % |
| Taxa de graduació | 100% | 97,5% | No disponible |

En relació a la superació del programa per part dels participants comentar que els resultats han estat molt satisfactoris al programa de màster atès que han estat tots aptes a excepció de la modalitat semi presencial on només un 2,5% dels alumnes no han superat el programa. El motiu ha estat vinculat a la manca d'assistència.

La qualificació mitjana final obtinguda a les dues especialitats del programa de màster (en les seves tres modalitats) ha estat de NOTABLE.

Els taxes de graduació i eficiència del màster es situen al 100% en la modalitat presencial i al 97,5% en la modalitat semipresencial. Pel que fa a la taxa d'abandonament es situa al 0% en la modalitat presencial i al 2,5% en la modalitat semipresencials degut a la manca d'assistència ja comentada.

A la memòria de verificació del màster es presentava com a objectius una taxa de graduació del 70%, una taxa d'abandonament del 18% i una taxa de rendiment del 90%, per aquest motiu es pot dir que els resultats obtinguts en aquesta primera edició estan per sobre dels previstos.

Aquest fet indica que els participants han superat i assimilat amb garanties els continguts i habilitats vinculats als programes. Tant pels comentaris dels participants com per la percepció des de Direcció Acadèmica, podem afirmar que els continguts s'adapten totalment a les expectatives dels participants, fent que l'aprenentatge assolit sigui en la seva totalitat. L'avaluació contínua dels estudiants i el seu seguiment personalitzat a permès veure la correcta evolució dels aprenentatges i he permès obtenir aquests resultats acadèmics positius.

- **Màster universitari en Gestió Financera i Auditoria de l'Empresa**

| | 2014-2015 (modalitat presencial) | 2014-2015 (modalitat semipresencial) |
|---------------------|--|--|
| Taxa de rendiment | 100% | 97% |
| Taxa d'abandonament | 0% | N/A |
| Taxa de graduació * | 100% | N/A |

Els resultats dels valors acadèmics han estat molt positius en aquesta primera edició del màster. La taxes dels indicadors acadèmics són molt altes a les dues modalitats del màster. La taxa de rendiment i la taxa de graduació es situen al 100% pel que fa la versió presencial del màster. Pel que fa a la versió semipresencial la taxa de rendiment es situa al 97%. La taxa d'abandonament es situa al 0% en la versió presencial.

Els resultats d'aquesta primera edició del màster han estat molt satisfactoris, de manera que, al final del programa, els estudiants han adquirit les competències per desenvolupar-se com a auditors. Tots els objectius plantejats al màster s'han assolit. L'avaluació contínua dels estudiants i el seu seguiment personalitzat ha permès veure la correcta evolució dels aprenentatges i ha permès obtenir aquests resultats acadèmics positius.

- **Màster universitari en Informació Digital**

| | 2014-2015 |
|----------------------------|-----------|
| Taxa de rendiment | 89,3% |
| Taxa d'abandonament | N/A |
| Temps mitjà de graduació * | N/A |

En relació a la superació del programa destacar que els resultats han estat satisfactoris. Tot i que encara no es disposen dades referents a la taxa d'abandó i la taxa de graduació ja que és un programa online, la taxa de rendiment és totalment satisfactòria ja que situa molt a prop del 90%.

A la memòria de verificació del màster es presentava com a objectiu una taxa de rendiment del 90%, per aquest motiu es pot dir que els resultats obtinguts en aquesta primera edició estan en la línia dels previstos.

Els resultats d'aquesta primera edició del màster han estat molt satisfactoris, de manera que, al final del programa, els estudiants han adquirit les competències per desenvolupar-se com a auditors. Tots els objectius plantejats al màster s'han assolit. L'avaluació contínua dels estudiants i el seu seguiment personalitzat ha permès veure la correcta evolució dels aprenentatges i ha permès obtenir aquests resultats acadèmics positius.

L'índex de satisfacció dels estudiants de a primera edició del màster ha estat molt satisfactori. El 94,4% recomanarien el màster.

- **Màster universitari en Màrqueting. MSc in Marketing 2014-2015 1ªedició**

| | 2014-2015 |
|---------------------|-----------|
| Taxa de rendiment | 100% |
| Taxa d'abandonament | 0% |
| Taxa de graduació | 100% |

Els resultats dels valors acadèmics han estat molt positius en aquesta primera edició del màster. La taxa de rendiment i la taxa de graduació es situen al 100% i la taxa d'abandonament es situa al 0%.

Els resultats d'aquesta edició del màster han estat molt satisfactoris, de manera que, al final del programa, els estudiants han adquirit les competències. Tots els objectius plantejats al màster s'han assolit. L'avaluació contínua dels estudiants i el seu seguiment personalitzat ha permès veure la correcta evolució dels aprenentatges i ha permès obtenir aquests resultats acadèmics positius.

El programa ha estat superat per tots els alumnes. En general, el rendiment del grup ha estat satisfactori obtenint majoritàriament notes situades entre el notable i l'excel·lent.

Titulació: Màster universitari. en Direcció Financera i Comptable de l'Empresa (Especialitat en Finances/ Controlling)

| Curs | Modalitat presencial | | | | | | Modalitat semipresencial | | | | | | Modalitat online | | | | | |
|--|----------------------|----|-----|----|-----|----|--------------------------|----|-----|----|-----|----|------------------|----|-----|----|-----|----|
| | Nº Mat | Ex | Not | Ap | Sus | NP | Nº Mat | Ex | Not | Ap | Sus | NP | Nº Mat | Ex | Not | Ap | Sus | NP |
| Anàlisi d'empreses I | 55 | 24 | 31 | | | | 39 | 2 | 37 | | | | 22 | 11 | 10 | 1 | | |
| Sistema Financer | 55 | 46 | 8 | 1 | | | 39 | 31 | 8 | | | | 22 | 2 | 19 | 1 | | |
| Direcció Financera | 55 | 26 | 29 | | | | 38 | 14 | 23 | 1 | | | 22 | 5 | 10 | 6 | | 1 |
| Noves tendències en Comptabilitat Financera i Normes Internacionals de Comptabilitat | 55 | 25 | 30 | | | | 39 | 17 | 22 | | | | 22 | 6 | 11 | 5 | | |
| Consolidació de Balanços Avançada | 55 | 29 | 26 | | | | 39 | 7 | 32 | | | | 22 | 5 | 12 | 5 | | |
| Auditoria avançada | 55 | | 55 | | | | 39 | 7 | 32 | | | | 22 | 5 | 17 | | | |
| Gestió estratègica de costos | 55 | 32 | 23 | | | | 39 | 13 | 25 | 1 | | | 22 | 10 | 12 | | | |
| Gestió pressupostària i de Control | 55 | 17 | 38 | | | | 39 | 9 | 30 | | | | 22 | 5 | 16 | 1 | | |
| Borsa i Mercats | 55 | 9 | 40 | 6 | | | 39 | 9 | 24 | 6 | | | 22 | 4 | 17 | 1 | | |
| Gestió Avançada del Circulant | 55 | 17 | 38 | | | | 39 | 11 | 28 | | | | 22 | 1 | 16 | 5 | | |
| Aspectes fiscals de les finances | 55 | | 55 | | | | 39 | | 39 | | | | 22 | 5 | 15 | 2 | | |
| Avaluació d'Inversions en Nivell Superior | 55 | 41 | 14 | | | | 39 | 1 | 38 | | | | 22 | 2 | 13 | 7 | | |
| Anàlisi d'Empreses II | 55 | 17 | 38 | | | | 39 | 18 | 19 | 2 | | | 22 | 11 | 7 | 4 | | |
| Fusions i Adquisicions | 24 | 12 | 12 | | | | 9 | 6 | 3 | | | | 4 | 1 | 3 | | | |
| Nous Instruments Financers | 24 | 12 | 12 | | | | 8 | 6 | 3 | | | | 4 | 1 | 3 | | | |
| Futurs, Oposicions i Divises | 24 | 1 | 23 | | | | 9 | 2 | 7 | | | | 4 | 2 | 2 | | | |
| Eines informàtiques per a l'optimització del Control de Gestió | 31 | | 31 | | | | 30 | 17 | 12 | 1 | | | 18 | 8 | 9 | | | 1 |
| Control Intern | 31 | 16 | 15 | | | | 29 | 11 | 11 | 7 | | | 18 | 7 | 10 | | | 1 |
| Control de Gestió Avançat | 31 | 11 | 20 | | | | 29 | 26 | 3 | | | | 18 | 5 | 10 | 2 | | 1 |
| Treball de Fi de Màster | 55 | 42 | 13 | | | | 38 | 24 | 14 | | | | 22 | 7 | 11 | 3 | | 1 |
| Pràctiques Professionals | 55 | 31 | 23 | 1 | | | 38 | 28 | 10 | | | | 22 | 6 | 16 | | | |

Titulació: Màster universitari en Gestió Financera i Auditoria de l'Empresa

| Curs | Modalitat presencial | | | | | | Modalitat semipresencial | | | | | |
|---|----------------------|----|-----|----|----|----|--------------------------|----|-----|----|----|----|
| | Matriculats | Ex | Not | Ap | Su | NP | Matriculats | Ex | Not | Ap | Su | NP |
| Gestió de Risc i Control Intern | 14 | 1 | 13 | | | | 209 | 29 | 145 | 29 | | 6 |
| Normes i Procediments d'Auditoria | 14 | | 14 | | | | 210 | 63 | 140 | 1 | | 6 |
| Normes d'Accés a l'Auditoria de Comptes; Normes sobre el control de qualitat de l'Auditoria de Comptes; Normes Internacionals d'Auditoria; Normes d'Ètica i Independència | 14 | | 14 | | | | 141 | 30 | 105 | 2 | | 4 |
| Pla General de Comptabilitat i PIMES | 14 | 1 | 10 | 3 | | | 210 | 12 | 116 | 75 | | 7 |
| Normes per a la formulació de comptes anuals consolidades | 14 | 2 | 7 | 5 | | | 141 | 21 | 95 | 20 | | 5 |
| Normes Internacionals d'Informació Financera | 14 | | 7 | 7 | | | 210 | 52 | 99 | 49 | | 10 |
| Altres Marcs: Comptabilitat d'Entitats Financeres i d'assegurances, d'entitats sense ànim de lucre, d'entitats públiques i de situacions concursals | 14 | 1 | 6 | 7 | | | 141 | 11 | 87 | 38 | | 5 |
| Anàlisi d'Estats Financers; Comptabilitat Analítica de Costos, Pressupostària i de Gestió; Tècniques de Valoració d'Empreses i Confecció de Plans de Viabilitat | 14 | | 11 | 3 | | | 150 | 20 | 117 | 7 | 2 | 4 |
| Dret de societats, d'altres entitats i governança; Dret consursal; Dret Fiscal i Tributari Treball | 14 | | 11 | 3 | | | 81 | 2 | 67 | 7 | 1 | 3 |
| Dret Civil; Dret Mercantil; Dret del Treball i de la Seguretat Social | 14 | | 4 | 10 | | | 81 | | 60 | 17 | | 4 |
| Tecnologia de la Informació i Sistemes Informàtics | 14 | 1 | 13 | | | | 81 | 10 | 49 | 18 | | 4 |
| Economia general i economia financera. Economia de l'Empresa; Principis fonamentals de gestió financera de les empreses; Matemàtiques i estadística164 | 14 | | 9 | 5 | | | 150 | 25 | 113 | 3 | | 9 |
| TFM | 14 | 4 | 9 | 1 | | | 81 | 23 | 54 | | | 4 |

Titulació: Màster universitari en Informació Digital

| Curs | | | | Resultats | | |
|---|-------------|-------------|---------|-----------|--------|---------------|
| | Matriculats | Excel·lents | Notable | Aprovat | Suspès | No presentats |
| Fonaments en Tecnologies Web | 63 | 29 | 18 | 10 | 1 | 5 |
| Web Social | 63 | 27 | 21 | 8 | 1 | 6 |
| Posicionament en Cercadors (SEO) | 62 | 23 | 21 | 14 | 1 | 3 |
| Sistemes de Gestió Documental | 30 | 11 | 9 | 8 | 1 | 1 |
| Biblioteques Digitals | 29 | 13 | 9 | 6 | | 1 |
| Fonaments en Cercadors | 34 | 13 | 10 | 9 | 1 | 1 |
| Màrqueting en Cercadors | 62 | 24 | 20 | 6 | | 12 |
| Avaluació d'Usabilitat i Experiència d'Usuari | 29 | 4 | 9 | 4 | 1 | 11 |
| Documentació audiovisual | 2 | | 1 | 1 | | |
| Analítica Web | 38 | 11 | 9 | 10 | | 8 |
| Gestors de continguts | 3 | | 2 | | | 1 |
| Arxivística digital | 5 | 4 | | 1 | | |
| Màrqueting de Continguts | 34 | 8 | 6 | 10 | | 10 |
| Pràctiques Externes | 5 | 4 | 1 | | | |
| Treball de Fi de Màster | 60 | 33 | 14 | | 2 | 11 |

Màster Universitari en Màrqueting. MSc in Marketing. Curs 2014-2015 1ª edició

| Curs | Resultats | | | | | |
|--|-------------|-------------|---------|---------|--------|---------------|
| | Matriculats | Excel·lents | Notable | Aprovat | Suspès | No presentats |
| Marketing Analytics and Big Data | 36 | 10 | 26 | 0 | 0 | 0 |
| Comportament del Consumidor | 37 | 18 | 18 | 1 | 0 | 0 |
| Marketing Digital | 37 | 25 | 9 | 3 | 0 | 0 |
| Marketing Relacional | 36 | 7 | 23 | 6 | 0 | 0 |
| Tècniques Quantitatives i Finances Aplicades al Màrqueting | 36 | 7 | 23 | 6 | 0 | 0 |
| Investigació de Mercats: Generació de Consumer Insights | 36 | 4 | 32 | 0 | 0 | 0 |
| Identificació d' Oportunitats de Mercat | 36 | 3 | 32 | 1 | 0 | 0 |
| Marketing Estratègic | 36 | 4 | 27 | 5 | 0 | 0 |
| Gestió de Marca y Planificació de Marca | 37 | 11 | 11 | 15 | 0 | 0 |
| Estratègia de Comunicació | 37 | 21 | 13 | 3 | 0 | 0 |
| Shopper Marketing (Preu i Promoció) | 37 | 0 | 23 | 14 | 0 | 0 |
| Shopper Marketing (Distribució) | 37 | 0 | 21 | 16 | 0 | 0 |
| Nous Temes en Gestió de Marketing | | | | | | |
| Seminari en Estratègia de Marketing | | | | | | |
| Nous Temes en Comunicació de Marca | | | | | | |
| Seminari en Noves Metodologies de Marketing | | | | | | |
| Investigació de Mercats Avançada | | | | | | |
| TFM | 37 | 13 | 22 | 2 | 0 | 0 |
| Pràctiques Externes | 36 | 19 | 10 | 5 | 0 | 2 |

Valoracions dels estudiants sobre l'activitat docent

| Curso 2014-2015 | Total matrícula | % de respuestas | Recomanaria el programa | | | Professorat | | | | Continguts | | | |
|---|-----------------|-----------------|-------------------------|-----|-------|-------------|------|---------|-----|------------|------|---------|-----|
| | | | SI | NO | NS/NC | Exc | Bien | Regular | Def | Exc | Bien | Regular | Def |
| MU Màrqueting | 11 | 90% | 42% | 42% | 16% | 17% | 50% | 29% | 4% | 17% | 25% | 50% | 8% |
| MU Informació Digital G1 | 32 | 53% | 100% | | | 71% | 39% | | | 47% | 53% | | |
| MU Informació Digital G2 | 25 | 36% | 89% | | 11% | 78% | 22% | | | 67% | 33% | | |
| MU Direcció Financera G1 | 29 | 97% | 100% | | | 75% | 21% | | 4% | 75% | 22% | 4% | |
| MU Direcció Financera G2 | 24 | 92% | 100% | | | 73% | 27% | | | 77% | 23% | | |
| MU Direcció Financera semipresencial G1 | 28 | 100% | 96% | 4% | | 68% | 32% | | | 64% | 36% | | |
| MU Direcció Financera semipresencial G2 | 9 | 88% | 100% | | | 75% | 25% | | | 88% | 13% | | |
| MU Direcció Financera online G1 | 4 | 100% | 100% | | | | | | | | | | |
| MU Direcció Financera online G2 | 16 | 88% | 87% | | 13% | | | | | | | | |
| MU Gestió Financera i auditoria | 4 | 100% | 93% | | 7% | 72% | 28% | | | 58% | 42% | | |

La majoria dels estudiants s'han mostrat molt satisfets en la primera edició de la titulació. En la majoria dels grups i titulacions el percentatge de satisfacció global mesurat en l'índex de recomanació està per sobre del 90%. Únicament en el MU de Màrqueting s'ha aconseguit un índex per sota del que seria desitjable. Amb el centre i la direcció acadèmica s'ha estat treballant per millorar aquesta situació per les futures edicions. Entre altres accions s'ha ampliat l'equip i la dedicació de l'equip de coordinació docent i s'han introduït més reunions amb els delegats. Aquestes accions han estat rebudes satisfactòriament pels estudiants millorant l'índex pel 15-16.

La qualitat del professorat també ha estat molt ben valorada pels alumnes. Els estudiants estan especialment satisfets amb el personal docent i així ho mostren els resultats de les enquestes de satisfacció. Pràcticament en la totalitat de programes 100% dels alumnes han valorat els professors.

De cara al proper any es continuarà comptant pràcticament amb el mateix equip de professors per a cada una de les titulacions. En el cas del Màster de Gestió Financera i Auditoria de l'empresa s'augmentarà substancialment l'equip de professors. El motiu principal és per poder donar resposta a la demanda dels diferents grups d'interès en relació a augmentar la docència dintre de l'aula de l'edició semipresencial i realitzar així més activitats pràctiques de cara a la preparació de l'examen oficial d'auditoria.

6 VALORACIÓ I PROPOSTA DEL PLA DE MILLORA

Màster universitari en Direcció Financera i Comptable de l'Empresa (Especialitat en Finances/ Controlling)

| Diagnòstic | Identificació de les causes | Objectius a assolir | Accions proposades | Prioritat (alta, mitja, baixa) | Responsable | Terminis | Implica modificació? | Nivell (títol, centre, universitat) |
|---|--|---|---|--------------------------------|-----------------------|-------------|----------------------|-------------------------------------|
| Els alumnes valoren experiències pràctiques de professionals on s'han aplicat els continguts estudiats a classe | Les hores de classe són limitades | Més aplicació al món empresarial dels aprenentatges (totes les modalitats) | Desenvolupar més ponències de professionals vinculades amb temes d'actualitat dels àmbits de la comptabilitat i les finances | Mitja | Direcció del programa | Proper curs | No | Títol |
| Les habilitats directives són clau per assolir les fites professionals dels participants. | Els participants tenen oportunitat de practicar habilitats directives quan fan exposicions orals i treballen en equip. | Potenciació habilitats directives participants (modalitats presencial i semipresencial) | Incrementar les exposicions orals per grups i les metodologies que fomenten la participació. | Mitja | Direcció del programa | Proper curs | No | Títol |
| Baixa interlocució entre els participants | Modalitat online amb dedicacions i horaris diferents | Interlocució entre participants (modalitat on-line) | Posar en marxa un Business Game on els participants treballin en equip per a prendre un seguit de decisions financeres entorn una empresa que ja existeix en les altres dues modalitats | Mitja | Direcció del programa | Proper curs | No | Títol |
| És important que el participant rebi resposta de forma ràpida | A la modalitat on-line no hi ha tutories presencials | Seguiment continu dels participants (modalitat on-line) | Establir tutories trimestrals via webex on els participants puguin expressar els seus dubtes i plantejar suggeriments. | Mitja | Direcció del programa | Proper curs | No | Títol |
| | Els estudiants i el sector demanen cada vegada més continguts internacionals | Incrementar el coneixement dels estudiants respecte als aspectes internacionals es del es finances i la comptabilitat | Introduir noves optatives que tractin els temes de Finances Internacionals i estudiar la possibilitat de demanar una 3a especialitat | Mitja | Direcció del programa | Proper curs | No / Si | Títol |

Màster universitari en Gestió Financera i Auditoria de l'Empresa

| Diagnòstic | Identificació de les causes | Objectius a assolir | Accions proposades | Prioritat (alta, mitja, baixa) | Responsable | Terminis | Implicació modificació? | Nivell (títol, centre, universitat) |
|--|---|--|---|--|---|-------------|-------------------------|-------------------------------------|
| Per la modalitat semipresencial, els diferents grups d'interès (participants i empleadors) demanen que s'augmentin les activitats pràctiques de cara a la preparació de l'examen | El màster prepara als alumnes per exercir com a auditors. Com a pas final s'hauran de presentar a la part pràctica de l'examen del ROAC (de la part teòrica estan exempts al superar el màster) | Millorar la preparació i autoconfiança dels alumnes de cara a la preparació de les activitats tipus que es trobaran en l'examen oficial del ROAC | Incrementar l'acompanyament i les activitats dintre de l'aula per tal d'oferir més pràctica en la resolució de casos i exercicis. Es farà sempre dintre dels límits de la modalitat semipresencial. | Alta. | Direcció Acadèmica i BSM. | Proper curs | no | Títol |
| Les matricules en la versió presencial encara no cobreixen la oferta de places | El sector, tot i estar en recuperació encara no ha recuperat la demanda de professionals anteriors a la crisi econòmica | Cobrir les places ofertes en la modalitat presencial | Incrementar les accions de comercialització i difusió del programa i les sortides professionals que s'en deriven | Alta. | Direcció Acadèmica i equip de marketing i relacions empresarials BSM. | Proper curs | no | Títol |
| | L'augment d'hores d'activitat dintre de l'aula implica que hem d'augmentar la plantilla de professorat | Continuar complint amb els criteris del art.7.3 RD 420/2015 sobre % de doctors i de la Resolució del ICAC | Augmentar la plantilla de professorat per poder oferir l'augment d'hores seguint complint amb la normativa existent pel títol en quant a percentatge de doctors i percentatge de professionals auditors acreditats. | Alta. | Direcció Acadèmica i BSM. | Proper curs | no | Títol |
| La memòria del Màster Universitari dona molt pes al treball fora de l'aula i a les presentacions orals | Memòria del Màster Universitari requereix aquesta metodologia per totes les assignatures | Incentivar encara més aquest tipus d'activitat | Parlar amb els professors per tal que incrementin encara més el pes de les presentacions i treballs en grup | Donat que ja es compta amb una bona base, prioritat mitja. | Direcció acadèmica | Proper curs | No | Títol |

Màster Universitari en Màrqueting. MSc in Marketing. Curs 2014-2015 1ª edició

| Diagnòstic | Identificació de les causes | Objectius a assolir | Accions proposades | Prioritat (alta, mitja, baixa) | Responsable | Terminis | Implicació | Nivell (títol, centre, universitat) |
|--|---|---|---|--------------------------------|--------------------------|--|------------|-------------------------------------|
| Baix percentatge de recomanaria | La opinió dels alumnes s'ha repartit igualitàriament entre la no recomanació i la si recomanació | Millorar el percentatge de satisfacció global del participants | Realitzar un millor seguiment amb els estudiants a través del delegats i també amb enquestes a meitat de curs que permeti assegurar que la satisfacció és adequada i permetre reaccionar en cas que calgui Ampliar la dedicació de l'equip de direcció docent per tal de fer un bon seguiment de l'evolució dels alumnes | Alta Alta | Direcció Acadèmica i BSM | Proper curs | no | títol |
| | | Garantir la heterogeneïtat del grup, en referència a la procedència geogràfica i acadèmica per aconseguir un major anivellament entre els participants. | Facilitar les entrevistes personals (presencials o per skype) amb els candidats | Mitja/ alta | Direcció Acadèmica i BSM | Proper curs . Abans de l' inici del màster | NO | Centre |
| | | Un major acompanyament en les pràctiques | Incorporació del tutor de pràctiques | alta | Direcció Acadèmica i BSM | Proper curs | NO | Centre DA |
| | Els candidats i estudiants mostren interès per la oferta d'assignatures optatives d'altre programes de la BSM | Incrementar la oferta d'optatives i satisfacció dels estudiantes sobre tot en la versió en anglès del programa | Estudiar la incorporació de noves assignatures optatives al programa i fins i tot poder escollir-ne entre la oferta dels altres programes de la BSM que es desenvolupen en anglès | Mitja/ alta | Direcció Acadèmica i BSM | Proper curs . Abans de l' inici del màster | NO | Centre |
| Determinats professors han aconseguit valoracions no esperades | Diverses causes | Millorar el nivell de satisfacció respecte els professors | Canvis de professors que no van aconseguir els promissos de satisfacció | | Direcció Acadèmica i BSM | Proper curs | NO | DA |

Màster Universitari en Informació Digital

| Diagnòstic | Identificació de les causes | Objectius a assolir | Accions proposades | Prioritat (alta, mitja, baixa) | Responsable | Terminis | Implicació? | Nivell (títol, centre, universitat) |
|---|--|--|---|--------------------------------|-------------|-----------------------|-------------|-------------------------------------|
| Interès dels alumnes i candidats en oferir l'especialitat d'Usabilitat | No es va obrir per no disposar de prou temps de comercialització | Obrir la tercera especialitat del màster | El proper curs, el "Màster Universitari en Informació Digital (MUIDOL)" s'ampliarà amb l'especialitat en experiència d'usuari i usabilitat. Les millores en el proper curs se concertaran en unificar les 3 especialitats amb uns protocols de treball comuns, un disseny de les aules virtuals unificat i una presència en les xarxes integrada. | alta | Centre | Proper curs | NO | Títol |
| S'han rebut suggeriments dels estudiants sobre les avaluacions de la docència | | Millores metodologia docent | Està previst incorporar noves activitats en grup. Finalment també es procedirà a etiquetar cadascuna de les unitats didàctiques per indicar de quin tipus són (estructural, visió general, a i eines). L'objectiu és facilitar a l'estudiant la selecció del seu itinerari curricular escollint aquelles unitats didàctiques que encaixen millor d'acord amb els seus coneixents previs i els seus objectius. | alta | DA | Proper curs | NO | Títol |
| | Diversos suggeriments d'alumnes i professors | Programar un webinar en cada assignatura | Incorporar els webinars com a elements curricular de cada assignatura i també com a element de captació i difusió del programa al triar professors de renom en la seva matèria | Mitja | DA i BSM | 2016-2017 i 2017-2018 | NO | Títol |
| | Diversos suggeriments d'alumnes i professors | Actualitzar la oferta d'assignatures optatives per a les diferents especialitats | Incorporar assignatura sobre dispositiu mòbils i revisió dels continguts que calgui en les altres optatives | Alta | DA i BSM | 2016-2017 i 2017-2018 | NO | Títol |