

MASTER EN DIRECCIÓN DE MARKETING

Mejoras introducidas en el desarrollo de la titulación

De conformidad con lo establecido en los Informes de Seguimiento de la Titulación y Planes de Mejora, se han llevado a cabo las siguientes mejoras:

- Para potenciar el interés por el sistema online de encuestas implantado para la evaluación de la calidad docente del master, se han tomado medidas para incentivar la participación de los estudiantes, a través de campañas de difusión, delegados, cartelería y reserva de aulas de informática.
- Se procedió a la estandarización de contenidos en las guías docentes, en especial en materia de información, requisitos de asistencia y sistemas de evaluación.
- Incremento de convenios de colaboración con empresas para la realización de prácticas externas. El Máster se inició con 28 convenios de colaboración y actualmente dispone de 105 convenios, posibles gracias al trabajo conjunto de la coordinación y de las instituciones implicadas. La figura del coordinador de prácticas propicia un programa de prácticas con un elevado número de alumnos matriculados, elevados indicadores de satisfacción por parte de los distintos agentes directamente implicados (estudiantes, tutores profesionales y tutores académicos), y un creciente número de convenios en cada curso académico.
- Estímulo a la participación de los estudiantes en programas de movilidad internacional e incremento de la participación de investigadores y profesionales externos a la UAM, con mecanismos continuados de información sobre las posibilidades de movilidad y convenios vigentes para los estudiantes matriculados, y organización de conferencias por el área de marketing con este propósito. La figura del coordinador de movilidad internacional continúa propiciando una creciente presencia e interés del máster por alumnos incoming y outgoing. En los últimos cursos se ha incrementado el número de estudiantes internacionales en el Máster, sobre todo Erasmus. Además de ofertar información y asesoramiento personalizado, el coordinador de movilidad internacional realiza sesiones informativas específicas en la bienvenida y durante el segundo semestre del primer curso.
- Se sigue y mejorando la información ofrecida en la sesión de presentación de las optativas de segundo curso. Se celebra antes de finalizar primero. En ella, se reúne a estudiantes de primer curso, docentes de segundo, coordinadores de prácticas, movilidad y coordinación general. Aporta un mejor conocimiento de la optatividad del máster para facilitar la posterior elección por parte del alumnado entre el itinerario directivo, investigador y mixto (que se abrió por primera vez para el curso 2014-2015).
- Para evitar la pérdida de contacto con capital humano valioso formado en el Máster, se ha creado un grupo en LinkedIn, denominado Máster Universitario en Dirección de Marketing UAM. Gracias a este grupo se mantiene el contacto con antiguos alumnos. También representa un posible canal adicional de comunicación entre coordinación, profesores, alumnos y egresados con la UAM.