INFORME DE CERTIFICACIÓN DEFINITIVO

Master in Marketing & Communications

Resolución:	**REVISIÓN**
Puntuación obtenida:	**67.16**
Fecha del informe:	**10/07/2026**

Tal como establece el procedimiento **CUALIFICAM**, le recordamos que:

Puede formular **ALEGACIONES APOYADAS EN EVIDENCIAS** en caso de **NO ESTAR CONFORME** con alguna o algunas de las valoraciones reflejadas en el Informe de Certificación. Dispone para ello de **10 días hábiles** tras la recepción de este y el posterior Informe de Certificación tendrá carácter definitivo.

En caso de que el Programa haya recibido un dictamen **EN REVISIÓN**, el Centro deberá presentar y comunicar un **PLAN DE MEJORA** relativo a los aspectos evaluados desfavorablemente. **Dispondrá de 20 días hábiles** una vez finalizado el plazo de los 10 días de alegaciones.

El **INFORME DE CERTIFICACIÓN DEFINITIVO** puede resultar:

- **FAVORABLE**

  El Certificado tendrá una **VALIDEZ DE SEIS AÑOS** tras superar un proceso de **SEGUIMIENTO A LOS TRES AÑOS**.

- **DESFAVORABLE**

  NO SE REALIZA SEGUIMIENTO. El Programa podrá remitir una nueva solicitud de certificación tras resolver las debilidades identificadas.

- **EN REVISIÓN**

  El Programa deberá solventar los aspectos evaluados desfavorablemente antes de someterse a un **PROCESO EXTRAORDINARIO DE SEGUIMIENTO AL AÑO**, como máximo, de recibir el Informe de Certificación o antes en el caso de que se implanten correctamente los planes de mejora. Si el resultado del **PROCESO EXTRAORDINARIO DE SEGUIMIENTO** es **FAVORABLE** conducirá a la emisión del certificado con una validez de seis años en las mismas condiciones descritas en el caso de dictamen "Favorable", esto es, con seguimiento a los tres años. Si el resultado es **DESFAVORABLE**, supondrá la **NO** certificación.

No obstante, si tiene alguna duda acerca de su **INFORME DE CERTIFICACIÓN**, póngase en contacto con la coordinadora de **CUALIFICAM**.

Fortalezas, debilidades y propuestas de mejora:

Fortalezas, debilidades y propuestas de mejora

PUNTOS FUERTES Procesos bien diseñados Fidelización de profesores Gran involucración de la dirección de ESEI Gran experiencia y trayectoria en el sector (37 años) Perfiles de ingreso adecuados y con coherencia respecto a alumn@s/programa Disponibilidad de contactos y Alianzas y con ello oportunidades para convenir prácticas y disponer de oportunidades de empleo

PUNTOS DÉBILES No prácticas obligatorias, mejorar el diseño de prácticas
con un mínimo de 240 horas/12 ECTS, con la correspondiente secuenciación de captación, seguimiento y evaluación como cualquier otra asignatura Mejorar el proceso de reconocimiento de créditos Procedimientos implantados, pero alguno de ellos no visibilizados y en otros casos bien definidos, pero no implantados en su totalidad Desde el punto de vista de Comunicación, mostrar compromiso con el Espacio Europeo de Educación Superior EEES y con los ODS En algunos casos, tareas concentradas en pocas personas, hay profesores que comparten varios roles(tutor, Coach,...) lo cual puede generar algún desequilibrio en ciertos momentos de picos de necesidad

Dimensión 1: Diseño del Programa

Subdimensión 1.1: Perfil de ingreso y de egreso

Puntuación: 8.000

Programa con perfiles de ingreso adecuados y vías de acceso claras. El programa publica dos vías de acceso correctas: titulación de Grado o equivalente, y experiencia profesional acreditada. Se observa que la vía profesional exige 5 años de experiencia, frente al mínimo de 3 que establece la Guía. Se exige además nivel B2 de inglés, carta de motivación, carta de recomendación y entrevista de admisión.

El Programa mantiene la coherencia entre el perfil de ingreso, los resultados de aprendizaje previstos y el perfil de egreso. El diseño dirigido a titulados universitarios y profesionales del ámbito de las empresas (ingreso) se alinea directamente con un plan de formación enfocado en las capacidades estratégicas y creativas en branding, la comunicación estratégica, la gestión de la experiencia del cliente (CX), la innovación y la analítica de datos (aprendizaje) para alcanzar un egreso proyectado hacia la dirección de marketing, la estrategia de marca, la consultoría de comunicación corporativa y la gestión de relaciones públicas.

El Programa define y publica el perfil profesional y la cualificación del titulado, describiendo su función principal en torno a diseñar e implementar estrategias integradas de marketing, branding y crecimiento mediante el uso de herramientas y análisis de datos para impulsar el rendimiento y la competitividad de la organización, detallando además salidas profesionales en áreas de dirección de marketing, estrategia de marca, marketing de rendimiento, gerencia de crecimiento, estrategia de experiencia del cliente (CX), consultoría de comunicación corporativa, relaciones públicas y gestión de eventos. La formulación explicita de forma general los conocimientos y contextos de aplicación vinculados al desarrollo de capacidades estratégicas y creativas en branding, comunicación contemporánea, toma de decisiones basada en datos, innovación en mercados globales y optimización de herramientas digitales e inteligencia artificial (IA), en coherencia con el nivel del programa y las destrezas esperadas.

El perfil profesional y la cualificación del titulado son adecuados y coherentes con los resultados de aprendizaje a alcanzar. El diseño formativo, orientado a perfiles directivos y creativos (Gestión de Marca, Marketing Estratégico, Comunicación Estratégica, Big Data e Innovación) y enfocado en la creación y dirección de proyectos, encuentra correspondencia directo con la adquisición de competencias generales tales como la capacidad de análisis y síntesis, la capacidad de organizar y planificar, la resolución de problemas, el liderazgo y la capacidad para generar nuevas ideas (creatividad), integradas a lo largo de las asignaturas del plan de estudios.

Subdimensión 1.2: Coherencia de diseño del Programa

Puntuación: 1.333

La estructura de 10 asignaturas obligatorias + 8 ECTS de Impact Lab + 12 ECTS de TFM es coherente con el perfil de ingreso y el perfil de egreso en términos de carga y contenidos. Las asignaturas cubren estrategia de marca, marketing estratégico, CX, comunicación estratégica, tecnologías emergentes, big data, crecimiento online, design thinking, gestión de eventos y RRPP, que son las áreas propias del ámbito de conocimiento del Máster. Sin embargo, la ausencia de prácticas profesionales obligatorias limita la plena alineación de los resultados de aprendizaje con el ejercicio profesional. En futuros seguimientos deberá acreditarse la incorporación de las prácticas como asignatura obligatoria. ESEI ha manifestado durante la visita su compromiso de integrar las prácticas como asignatura obligatoria en el plan de estudios mediante una reestructuración de sus programas que contempla la reducción del peso del TFM para liberar créditos que permitan incorporar los 12 ECTS mínimos exigidos por la Guía. Esta declaración de intenciones es positiva y relevante, pero en tanto no se materialice en un plan de estudios modificado y aprobado, las prácticas no pueden considerarse formalmente obligatorias. La condición de ámbito establecida en el apartado 1.2 de la Guía exige que los programas incluyan al menos 12 ECTS de prácticas profesionales obligatorias para ser objeto de certificación. El panel recomienda que el centro acredite mediante documento formal el calendario y los términos de esa reestructuración.

Subdimensión 1.3: Alianzas y cooperación

Puntuación: 1.500

El programa tiene registrados 10 convenios para todos los programas. Algunas de las empresas son Absolute Internship, Edunakho Group, Franchise Support Services, Grand Hyatt Barcelona, HP Española, Placement Europe, Rentals United, SAP EMEA Inside Sales, SLS Barcelona, Studentsflats) y 2 alianzas institucionales (UCAM, Elevatorfy Education). Se observa además que algunos convenios corresponden a empresas de servicios al estudiantado (Absolute Internship, Placement Europe, Edunakho) u otras como Studentsflats, Rentals United. Por ello se considera que el número es insuficiente para cubrir todas las necesidades de prácticas de todos los alumnos.

El Programa cuenta con un número variado de convenios con otras instituciones, lo que asegura la cobertura de las necesidades del estudiantado y genera valor a sus grupos de interés mediante la colaboración académica y cultural como la Alianza con UCAM como centro formativo y con Elevatorfy Education como empresa de empleabilidad, si bien la evidencia es todavía mejorable en cuanto a impacto real, uso efectivo y seguimiento de resultados sobre la experiencia académica y profesional de los estudiantes. Elevatorfy Education es la empresa que junto con ESEI realiza la tutela de los TFM.

Subdimensión 1.4: Ética, Responsabilidad Social y Sostenibilidad

Puntuación: 2.000

El Programa tiene definido un proceso de atención a sugerencias, quejas y reclamaciones que regula la recepción, tramitación, resolución y comunicación de las incidencias planteadas por los distintos grupos de interés. Dicho proceso incorpora la definición de objetivos, propietarios, alcance, entradas, salidas, registros y necesidades asociadas, se encuentra publicado únicamente en la web de Cualificam y accesible mediante URL específica del programa, cumpliendo el requisito de visibilidad pública. Cuenta con indicadores de seguimiento, así como con una descripción de sus fases y responsables. El cuadro de mando refleja 0 reclamaciones formuladas en el período analizado con ratio de atención del 100% sobre las recibidas, con los altos niveles de satisfacción global del alumnado registrados en los indicadores. En la audiencia con egresados se pudo confirmar que los estudiantes tenían acceso directo a la dirección del programa cuanto tenían alguna queja o sugerencia y que la misma procuraba ser atendida. En futuros procesos de seguimiento deberá acreditarse la correcta habilitación del acceso desde la web oficial del título, así como su implantación efectiva mediante la aportación de registros de sugerencias, quejas y reclamaciones, evidencias de su tramitación y resolución, y de los indicadores de seguimiento asociados, que permitan verificar su aplicación sistemática.

El portal de transparencia está configurado y accesible en la web oficial de CUALIFICAM, pero el contenido publicado se limita a un documento sobre reconocimiento institucional en Reino Unido y referencias a alianzas con universidades británicas y la UCAM. No se publican resultados académicos, indicadores de satisfacción, datos de inserción laboral ni la demás información requerida para que los grupos de interés puedan valorar el programa de forma completa y actualizada.

El Programa no define ni acredita un compromiso explícito y detallado con el EEES y sus cinco prioridades estratégicas para el período 2021–2030, careciendo de cualquier descripción operativa en materia de calidad e inclusión, aprendizaje permanente y movilidad, fortalecimiento de la educación superior europea o apoyo a las transiciones ecológica y digital. Toda la información aportada se reduce a una formulación genérica y puramente abstracta sin intenciones, sin aportar evidencias documentadas, acciones concretas ni desarrollo técnico alguno. Tras visita se percibe de forma mas clara su alineamiento con las prioridades estratégicas de EEES, deben hacer visible lo que están haciendo. En futuros seguimientos deberá subsanarse esta deficiencia mediante la aportación de un plan riguroso que detalle la aplicación efectiva de dichas prioridades estratégicas.

El programa acredita compromiso con cinco ODS (4, 8, 9, 12 y 17) mediante la integración de contenidos de sostenibilidad y responsabilidad empresarial en el currículo. Sin embargo los ODS 3 (salud y bienestar) y 7 (energía asequible y limpia), exigidos expresamente como mínimo por la Guía, no figuran entre los compromisos declarados. Las acciones descritas tienen naturaleza principalmente curricular y formativa, sin que se acrediten medidas institucionales concretas de los tipos ejemplificados en la Guía para esos dos ODS ausentes. En las audiencias con el equipo directivo, profesores y personal de soporte se mostró las acciones que están realizando pero que en la actualidad no se están visibilizando adecuadamente.

Dimensión 2: Recursos y Procesos Académicos y Administrativos

Subdimensión 2.1: Página web y Campus Virtual

Puntuación: 8.500

En la web del máster https://www.eseibusinessschool.com/programmes/master-in-marketing-and-communication/ se muestra el logo de CUALIFICAM en proceso de certificación pero no enlaza con la página web oficial de CUALIFICAM lo que impide a los estudiantes comprobar la información del máster.

La información publicada en la página web propia del Programa no es plenamente coherente con la disponible en la página web oficial de CUALIFICAM, lo que dificulta la consulta integrada de la información institucional y específica del Programa. Aunque no se detectan contradicciones directas entre ambas fuentes, se observan diferencias en el contenido y en el grado de detalle de la información ofrecida. En futuros procesos de seguimiento deberá acreditarse la actualización, alineación y publicación efectiva de una información plenamente coherente, completa y consistente en ambos portales.

El campus virtual, implementado sobre la plataforma Classlife, acredita mediante documentación técnica registrada en EVALUE el cumplimiento de los requisitos de disponibilidad continua, plan de seguridad de la información, mecanismos de garantía de identidad del alumnado, sistemas de redundancia y robustez del software. Durante la visita se accedió al campus virtual y se pudo confirmar la disposición de los recursos educativos para los alumnos, así como los canales de comunicación y todo lo necesario para el desarrollo de la docencia confirmando que cumple con los requisitos de Cualificam.

Subdimensión 2.2: Procesos académicos y administrativos

Puntuación: 10.333

El proceso de gestión de admisión está definido con fases y responsables identificados. El cuadro de mando no recoge el tiempo de firma de actas ni otros indicadores asociados. No obstante, durante la visita se constató que los procedimientos son iguales para todos los programas. En futuros procesos de seguimiento deberá acreditarse su implantación efectiva mediante la aportación de registros de admisión, evidencias de trazabilidad de solicitudes, resoluciones y resultados que permitan verificar su aplicación sistemática.

El proceso de matriculación está definido con objetivos, fases y responsables identificados. No obstante, el cuadro de mando no recoge valores para los indicadores de ocupación de plazas ni de tiempo de confirmación de matrícula, lo que impide acreditar la implantación efectiva del proceso. Sin embargo, durante la visita se constató que todos los programas tienen los mismos procesos. En futuros seguimientos deberán aportarse registros de matrículas formalizadas y listados de alumnado matriculado que permitan verificar la aplicación sistemática del procedimiento y su ajuste al referente de 5 días hábiles.

El Programa tiene definido un proceso de gestión del reconocimiento de créditos del alumnado que regula la valoración de solicitudes de reconocimiento de créditos por experiencia profesional y titulaciones previas. Dicho proceso incorpora la definición de objetivos, propietarios, alcance, entradas, salidas, registros y necesidades asociadas, se encuentra publicado en la página web y cuenta con indicadores de seguimiento, así como con una descripción de sus fases y responsables. Sin embargo, la ficha de proceso registrada en EVALUE no incorpora los documentos normativos ni los criterios de reconocimiento mencionados en el apartado de recursos, y el campo de indicadores de proceso aparece sin contenido, con desconexión respecto a los datos del cuadro de mando.

El proceso recoge las tres tipologías de reconocimiento establecidas en la Guía, pero la tipología de reconocimiento de créditos por experiencia profesional equivalente a prácticas no puede aplicarse correctamente al no estar las prácticas profesionales definidas como asignatura obligatoria, lo que impide establecer el techo de ECTS reconocibles previsto. Las otras dos tipologías (créditos de programas Cualificam y de másteres universitarios acreditados) están correctamente contempladas.

El proceso de gestión de expedientes está definido e incluye las condiciones de suspensión temporal y baja definitiva. El cuadro de mando no registra valores para ninguno de los indicadores asociados a este proceso, lo que impide verificar su implantación efectiva, no obstante en la visita se constató que todos los programas tienen los mismos procesos. En futuros seguimientos deberán aportarse expedientes académicos anonimizados y registros de gestión que permitan comprobar la trazabilidad del proceso y su aplicación sistemática.

El proceso de gestión de actas está definido con fases y responsables identificados. El cuadro de mando no recoge el tiempo de firma de actas ni otros indicadores asociados, lo que impide verificar el cumplimiento del referente de 5 días hábiles desde la emisión. Sin embargo, en la visita se constató que todos los procesos seguían el mismo procedimiento. En futuros seguimientos deberán aportarse actas firmadas y registros de cierre que acrediten la implantación real y sistemática del proceso.

El proceso de gestión de certificados académicos está definido con objetivos y fases. El cuadro de mando no registra datos sobre el tiempo de emisión de certificados, por lo que no es posible verificar el ajuste al referente de 5 días hábiles. Sin embargo. se constató en la visita que todos los programas siguen los mismos procesos lo que indica que el proceso está implantado correctamente En futuros seguimientos deberán aportarse certificados emitidos y registros de solicitud que acrediten la implantación efectiva del proceso.

El Programa tiene definido un proceso de expedición de títulos que regula la tramitación y emisión de los títulos del alumnado con un tiempo de emisión de 10 días hábiles desde la solicitud, ajustándose al referente de la Guía CUALIFICAM. En futuros procesos de seguimiento deberá acreditarse su implantación efectiva mediante la aportación de listados de títulos emitidos, registros de solicitud de expedición y evidencias de tramitación administrativa que permitan verificar su aplicación sistemática.

El programa tiene definido un proceso de revisión anual del sistema de gestión que permite evaluar la eficacia del sistema, la adecuación del diseño del Programa formativo y sus resultados, así como la definición de acciones de mejora con objetivos, responsables y plazos. En futuros procesos de seguimiento deberá acreditarse su implantación efectiva mediante la aportación de actas de revisión del sistema, informes de seguimiento, cuadros de indicadores y planes de mejora que permitan verificar su aplicación sistemática.

Dimensión 3: Profesorado y Programa de Formación

Subdimensión 3.1: Profesorado

Puntuación: 9.167

Revisados los cv de linkedin aportados en la tabla de encargo más del 60% del profesorado tiene experiencia senior y relacionada con las materias que imparte. En la audiencia con el profesorado se confirmó su cualificación y experiencia, además de una alta satisfacción y compromiso con ESEI.

La responsable del programa identificada en EVALUE es Kateryna Diakonova, quien ejerce simultáneamente como coordinadora y coach educativo. En el encargo académico no tiene asignada ninguna asignatura docente, lo que indica un perfil orientado a la coordinación y gestión académica. Su experiencia profesional en gestión está acreditada. En las audiencias se confirmó que es la coordinadora general de ESEI para los programas académicos y además existe un coordinado por programa que es un profesor del mismo que va rotando.

La revisión de los CVs individuales acredita que los 9 docentes asignados al programa tienen experiencia docente verificable en este u otros programas similares. De ellos, 6 acreditan más de 10 años de experiencia docente, aportando una base sólida al conjunto del claustro. En la audiencia con el profesorado se confirmó su cualificación y experiencia, además de una alta satisfacción y compromiso con ESEI.

El programa presenta una encuesta de satisfacción de carácter puntual que, si bien refleja valoraciones favorables, se basa en una muestra muy reducida y no constituye evaluaciones docentes externas recientes en este u otros programas. El cuadro de mando no registra el indicador NPS de satisfacción con la docencia. Sí durante la visita se constató que los profesores eran evaluados después de cada asignatura por lo alumnos. En futuros seguimientos será necesario aportar resultados de evaluación docente oficiales, con base muestral suficiente, que acrediten las evaluaciones acumuladas de los últimos cinco años de todo el profesorado asignado al programa.

Subdimensión 3.2: Tutores académicos, coaches, orientadores y otro personal de apoyo

Puntuación: 2.666

El Programa en las evidencias subidas a EVALUE identifica formalmente como tutora académica a Kateryna Diakonova para las funciones de tutela general. La revisión de su perfil en LinkedIn evidencia una trayectoria y formación adecuadas, alineadas con las funciones de tutorización académica requeridas por el Programa. Durante

la visita, ESEI explicó que Elevatorfy Education es la empresa que junto con ESEI realiza la tutela de los TFM. Para ello dispone de una herramienta donde se va mostrando el progreso del mismo, las tutorías de seguimiento que el alumnado tiene hasta la finalización del TFM y con posterioridad la defensa presencial del mismo ante un tribunal.

El programa identifica formalmente como coach educativa a Gloria Queralt. La revisión de su perfil en LinkedIn acredita un perfil y una formación acordes con las funciones de acompañamiento y facilitación otorgadas por el Programa. No obstante, Gloria Queralt acumula simultáneamente cuatro roles en el programa (docente de Gestión de Marca, Marketing Estratégico e Impact Lab, directora de TFM y coach educativa), lo que representa una concentración de carga que conviene revisar para garantizar la calidad del acompañamiento. No se encuentran definidos los orientadores ni el resto del personal de apoyo aunque se pudo confirmar en la visita que existen y que contribuyen al funcionamiento de los programas.

Subdimensión 3.3: Encargo académico

Puntuación: 3.000

La Dirección del Programa planifica y gestiona de forma adecuada el encargo académico, logrando cohesionar eficazmente las necesidades del plan de formación y del alumnado con los perfiles, disponibilidades y vinculaciones del personal docente asignado. Cada asignatura cuenta con un docente con perfil alineado a la materia.

Subdimensión 3.4: Plan de formación

Puntuación: 5.000

El plan de formación se adapta al esquema MECES 3 / EQF 7 e incluye para cada asignatura competencias generales, conocimientos, destrezas y actividades formativas y de evaluación. El perfil de egreso está correctamente definido con denominación, función principal y salidas profesionales coherentes con el ámbito del marketing, la comunicación y el branding. La valoración no alcanza el cumplimiento completo por la ausencia de prácticas profesionales obligatorias como asignatura con resultados de aprendizaje propios, lo que deja incompleto el plan de formación conforme a los requisitos de la Guía.

Las guías docentes de las asignaturas y del TFM están publicadas en la web oficial de CUALIFICAM y accesibles en el campus virtual, en coherencia con el programa formativo. No existe guía docente de prácticas profesionales al no estar estas configuradas como asignatura obligatoria en el plan de estudios. En futuros seguimientos deberá acreditarse la incorporación de las prácticas obligatorias y la publicación de su guía docente correspondiente.

Las guías docentes de las asignaturas obligatorias y del TFM incluyen el temario, el profesorado que las imparte y los resultados de aprendizaje desglosados en conocimientos, competencias y destrezas, así como el listado de las actividades formativas y de evaluación. Sin embargo, no se define de forma explícita la coherencia y vinculación entre estos elementos, y la ausencia de guía docente de prácticas profesionales deja incompleto el sistema. En futuros procesos de seguimiento será necesario completar, homogeneizar y actualizar las guías docentes y acreditar la publicación de la guía de prácticas una vez incorporadas al plan.

El Programa contempla la figura de un tutor para el seguimiento y apoyo académico de los estudiantes, detallando en la plataforma la asignación del mismo y los canales específicos para interactuar con él, lo que permite constatar una comunicación efectiva dentro del plan de formación; sin embargo, no se especifican los horarios disponibles para dichas tutorías. En futuros procesos de seguimiento será necesario completar, homogeneizar y actualizar la información relativa a la tutorización de los estudiantes.

El programa contempla la figura de coach educativa (Gloria Queralt), con canales de contacto identificados en la plataforma. No obstante, no se especifican los horarios de disponibilidad para las sesiones de coaching, ni se aportan evidencias del seguimiento del progreso del alumnado. Debe señalarse que Gloria Queralt acumula simultáneamente cuatro roles en el programa (docente de tres asignaturas, supervisora de Impact Lab, directora de TFM y coach educativa), lo que representa una concentración de carga que conviene revisar para garantizar la calidad del acompañamiento. De hecho supone una contradicción con lo que se explico en la visita donde se especificó que es Elevatorfy quien tutela los TFMs. En futuros seguimientos deberán publicarse horarios de disponibilidad y aportarse registros de intervenciones realizadas.

El Programa pone a disposición del alumnado los materiales docentes necesarios para cubrir los objetivos formativos, garantizando a través de su campus virtual el control de acceso, la disponibilidad y el soporte para

distintos métodos docentes. Los recursos facilitados permiten comprobar la existencia de contenidos alineados con las asignaturas del plan de formación, cumpliendo a grandes rasgos con las necesidades del aprendizaje; sin embargo, se aprecian algunas cuestiones puntuales en cuanto a la homogeneidad y actualización de recursos específicos. En futuros procesos de seguimiento será necesario completar, homogeneizar y actualizar la información y recursos de soporte al estudiante.

La Dirección del Programa planifica, revisa, actualiza y comunica de manera satisfactoria el calendario de las materias, actividades y evaluaciones que los estudiantes deben realizar para alcanzar los objetivos formativos previstos y evitar duplicidades. Dicha planificación y coordinación queda demostrada mediante la aportación, como evidencia documental, del PDF con el calendario detallado de las materias, actividades y evaluaciones que los estudiantes deben realizar a lo largo del plan de formación. Además, el programa dispone de un calendario académico publicado en EVALUE que estructura el curso 2026-2027 en dos bloques por cuatrimestre con semanas de presentación al final de cada bloque y defensa del TFM en junio, sin solapamientos entre materias ni duplicidades en las evaluaciones. Las actividades formativas y el sistema de evaluación están comunicados con indicación del peso porcentual de cada elemento, lo que garantiza transparencia para el alumnado.

Subdimensión 3.5: Dimensión práctica y orientación profesional

Puntuación: 2.666

El programa tiene definido un proceso de gestión de la bolsa de prácticas con objetivos, alcance, fases y responsables. El cuadro de mando registra un 0% de alumnos que han cursado prácticas obligatorias sobre el total de matriculados, lo que refleja que las prácticas no están configuradas como asignatura obligatoria en el plan de estudios. En consecuencia, el proceso está definido pero no implantado de forma efectiva. En futuros seguimientos, una vez incorporadas las prácticas obligatorias al plan de estudios, deberán aportarse registros de solicitud y adjudicación, listados de convenios con plazas disponibles e informes de seguimiento de tutores internos y externos. Como previamente se ha mencionado y se mostró durante la visita, se cuenta con una herramienta que permite publicar las ofertas de prácticas que llegan y además el Career Services puede asignarlas a los estudiantes a los que mejor se adecua por perfil aunque parece que no se está utilizando con este programa.

El programa no acredita el cumplimiento de esta característica. La Guía CUALIFICAM establece como condición previa a la certificación que todo programa de máster profesional ha de incluir al menos 12 ECTS de prácticas profesionales obligatorias. El Master in Marketing & Communications no incorpora prácticas profesionales como asignatura obligatoria en su plan de estudios. Mientras no se subsane esta situación, el programa no cumple una condición de ámbito de la Guía, lo que afecta a la certificación del programa en su conjunto. Durante la visita se constató que el centro tiene un plan concreto y con fecha para incorporar las prácticas obligatorias al plan de estudios a partir del próximo curso.

La Dirección del programa no comunica al alumnado los convenios existentes para la realización de prácticas profesionales obligatorias, ni las gestiones necesarias, el número de plazas disponibles ni los criterios de asignación, dado que las prácticas no están configuradas como asignatura obligatoria. Más allá del listado de entidades con convenio, no se aporta ninguna evidencia de comunicación sistematizada al respecto. Sí durante la visita se pudo constatar que bastantes alumnos y egresados habían realizado prácticas y se habló con diferentes empresas que habían tenido estudiantes en prácticas con una alta satisfacción. En futuros seguimientos, cuando las prácticas sean obligatorias, deberá acreditarse la publicación y difusión efectiva de esta información, así como los registros del proceso de gestión y criterios de asignación aplicados.

El programa tiene definido e implantado un proceso de gestión de la Bolsa de Empleo con objetivo, alcance estructurado, entradas, salidas, registros y propietario identificado en Career Services, elaborado y aprobado por responsables concretos. El alcance cubre los tres elementos exigidos por la Guía: gestión y publicación de ofertas, orientación profesional para la candidatura y seguimiento de la inserción laboral. Los indicadores del cuadro de mando registran 60 ofertas gestionadas y 20 cubiertas en el período analizado, con NPS de satisfacción de 25 en el referente deseable. Se señalan dos carencias menores: el campo de indicadores de la ficha de proceso aparece sin contenido, con desconexión respecto al cuadro de mando general, y las fases y responsables del proceso no están cumplimentadas. En futuros procesos de seguimiento deberá acreditarse una definición más detallada de los aspectos operativos del proceso, así como su implantación efectiva mediante la aportación de registros de gestión de ofertas de empleo, evidencias de publicación y adjudicación de ofertas, y cuadros de indicadores que permitan verificar su aplicación sistemática.

El proceso de gestión de la Red Profesional está definido y publicado en la web, pero la descripción de sus fases y responsables es errónea. No se aportan evidencias del funcionamiento real de la red con los cuatro colectivos exigidos (alumnado, antiguos alumnos, profesores y empresas colaboradoras). Se pudo constatar durante la visita que están potenciando la red alumni, organizan muchas actividades y visitas con empresas. En futuros seguimientos se deberán aportar evidencias e indicadores de la red profesional en el que se refleje la implicación de todos los grupos de interés.

El proceso de orientación profesional está definido y publicado en la web, pero la descripción de sus fases y responsables es errónea. La información aportada no permite identificar con suficiente detalle los aspectos operativos del proceso, por lo que resulta necesario profundizar en su definición y concreción. Durante la visita tanto los estudiantes, como los egresados y los empleadores confirmaron que ESEI participa en distintas ferias de empleo. Además, en la audiencia con el personal de soporte el Career Services explicó y mostro en la plataforma que tienen para su gestión las actividades de orientación profesional que realizan. En futuros procesos de seguimiento deberá acreditarse una definición más detallada de los aspectos operativos del proceso, así como su implantación efectiva mediante la aportación de evidencias de las actividades de orientación profesional desarrolladas, registros de participación del alumnado y cuadros de indicadores que permitan verificar su aplicación sistemática.

El programa aporta un listado de actividades de orientación profesional y empleabilidad planificadas para el curso 2026-2027, que incluye 7 tipos de actividades bien estructuradas y distribuidas a lo largo del año académico. En las audiencias tanto los estudiantes, como los egresados y los empleadores confirmaron que se habían realizado actividades de empleabilidad. Igualmente, la dirección explicó la formación adicional al programa que se proporciona en habilidades blandas y humanísticas.

Dimensión 4: Resultados

Subdimensión 4.1: Resultados académicos

Puntuación: 5.333

El proceso de análisis de resultados académicos está definido con sus fases, responsables e indicadores de seguimiento, y publicado en la web. En la presente convocatoria no se evidencia la aplicación del procedimiento al no existir alumnos matriculados aún. Se aporta el listado de calificaciones de la promoción 2023-2024, lo que acredita que el programa tiene historial académico previo, pero no se aporta el análisis formal de dichos resultados. En futuros procesos de seguimiento deberán aportarse actas de revisión por la Dirección, informes de resultados desagregados por asignatura y registros de seguimiento de indicadores que permitan verificar su implementación.

El Programa cuenta con un adecuado desarrollo de las actividades formativas y de los sistemas de evaluación, así como con su contribución al logro de los resultados de aprendizaje previstos. En la presente convocatoria se evidencia el adecuado desarrollo de las actividades formativas y de los sistemas de evaluación, así como su contribución al logro de los resultados de aprendizaje previstos. Se aportan evidencias de los trabajos de fin de máster, que permiten comprobar la adquisición integrada de competencias por parte del alumnado, así como el acceso a las asignaturas a través del campus virtual, donde se constata la planificación, secuenciación y coherencia de los contenidos, materiales y actividades de evaluación en relación con los resultados de aprendizaje definidos.

Subdimensión 4.2: Satisfacción del alumnado

Puntuación: 4.000

El programa tiene definido un proceso de análisis de la satisfacción del alumnado con los principales grupos de interés. Se aporta una encuesta de satisfacción de carácter puntual con valoraciones favorables, coherente con la fase inicial en la que se encuentra el sistema. El cuadro de mando no registra el indicador NPS de satisfacción con la docencia. En futuros seguimientos deberá acreditarse la implantación efectiva mediante actas o informes de análisis, cuadros de indicadores y evidencias de seguimiento sistemático que cubran a todos los implicados: profesores, tutores académicos, coaches, orientadores y resto del personal de apoyo. Durante la visita se pudo constatar que el alumnado evalúa al profesorado al finalizar cada asignatura.

El proceso de análisis de la satisfacción del alumnado con el programa formativo está definido e incluye los elementos requeridos por la Guía. Sin embargo, al tratarse de la primera convocatoria sin alumnos matriculados, no se dispone de indicadores reales del cuadro de mando que permitan verificar la aplicación efectiva del proceso para los nueve elementos exigidos (programa formativo, web, campus virtual, procesos académico-administrativos, prácticas, bolsa de empleo, orientación profesional, red profesional y satisfacción global). En futuros procesos de seguimiento deberán aportarse los resultados de las encuestas de satisfacción aplicadas al cierre de la primera edición, desglosados por elemento.

Subdimensión 4.3: Vinculación con los Antiguos Alumnos

Puntuación: 1.667

El proceso de evaluación de la inserción laboral, empleabilidad y satisfacción del egresado está definido y publicado en la web, pero la descripción de sus fases y responsables es errónea. Al ser la primera convocatoria sin egresados, no existen encuestas normalizadas ni informes de resultados que acrediten la revisión anual por la Dirección. Durante la visita se constató que están potenciando la red de alumni. En futuros procesos de seguimiento deberán aportarse el instrumento de encuesta normalizada utilizado, los registros de su aplicación sistemática y los informes de inserción laboral que permitan verificar el funcionamiento del proceso.

Subdimensión 4.4: Reputación

Puntuación: 2.000

El proceso de evaluación de la satisfacción de las empresas con los alumnos de prácticas está definido y publicado en la web. Al no estar las prácticas configuradas como asignatura obligatoria en el plan de estudios, este proceso no puede considerarse implantado. En futuros procesos de seguimiento, una vez incorporadas las prácticas obligatorias, deberán aportarse evidencias de evaluación cumplimentados por empresas reales, así como evidencias del análisis sistemático de los resultados.

El proceso de evaluación de la satisfacción de las empresas con los antiguos alumnos empleados está definido y publicado en la web. Al ser la primera convocatoria sin egresados, no existen alumni empleados cuya satisfacción pueda medirse. En futuros procesos de seguimiento deberán aportarse el instrumento normalizado de evaluación, los registros de su aplicación sistemática y evidencias de vinculación continua con los grupos de interés empresariales que permitan verificar la implantación efectiva del proceso.

00664430Y
FEDERICO MORAN
(R: G83351346)

Firmado digitalmente por 00664430Y FEDERICO MORAN (R: G83351346)
Fecha: 2026.07.10 13:35:27 +02'00'

Federico Morán Abad

Director de la Fundación para el Conocimiento Madrimasd