

## 8. RESULTADOS PREVISTOS

### 8.1. Valores cuantitativos estimados para los siguientes indicadores y su justificación.

#### 8.1.1. Justificación de los indicadores

Dado que el Máster en Comunicación en Medios Sociales y Creación de Contenidos Digitales es de nueva creación, no existe ningún título de partida del que se puedan ofrecer datos históricos a la hora de estimar los valores cuantitativos de las tasas que miden los resultados previstos.

Por este motivo, se tomarán como tasas de referencia las de los tres másteres impartidos en el centro, todos ellos del ámbito jurídico-social.

**Tasa de Abandono:** relación porcentual entre el número total de estudiantes de una cohorte de nuevo ingreso que debieron obtener el Título el año académico anterior y que no se han matriculado ni en ese año académico ni en el anterior. Esta tasa ha alcanzado un máximo de un 9% en los másteres de referencia.

**Tasa de eficiencia:** relación porcentual entre el número total de créditos teóricos del plan de estudios a los que debieron haberse matriculado a lo largo de sus estudios el conjunto de estudiantes graduados en un determinado curso académico y el número total de créditos en los que realmente se han matriculado. Esta tasa ha sido siempre igual o superior al 90% en los másteres de referencia.

**Tasa de Graduación:** porcentaje de estudiantes que finalizan la enseñanza en el tiempo previsto en el plan de estudios (d) o en un año académico más (d+1) en relación con su cohorte de entrada. Aunque sufre oscilaciones en los másteres de referencia, se sitúa en tramos superiores al 70%.

**Tasa de rendimiento:** relación porcentual entre el número total de créditos ordinarios superados por los estudiantes en un determinado curso académico y el número total de créditos ordinarios matriculados por los mismos. Oscila entre el 68% y el 99% en los másteres de referencia.

**Tasa de éxito:** Relación porcentual entre el número de créditos superados por las personas matriculadas en un curso y el número total de créditos presentados a examen en dicho curso académico (los créditos reconocidos y transferidos no están incluidos dentro de los créditos superados ni en los créditos matriculados). Es superior al 97% en todos los casos de referencia.

Máster	Curso (t)	Tasa de Abandono	Tasa de Eficiencia	Tasa de Graduación	Tasa de rendimiento	Tasa de éxito
Dirección de arte en Publicidad	2015/2016	0%	99%	Sin datos	98%	100%
	2014/2015	0%	98%	Sin datos	97%	100%
	2013/2014	3%	99%	100%	96%	100%
	2012/2013	0%	100%	100%	99%	100%
Dirección pública y	2015/2016	0%	90%	Sin datos	68%	98%

liderazgo institucional	2014/2015	0%	96%	81,8%	80%	99%
	2013/2014	9%	100%	72,7%	78%	100%
Investigación en comunicación	2013/2014	Sin datos	Sin datos	95%	Sin datos	Sin datos
	2012/2013	0%	96%	95%	79%	100%

A partir de estos datos de referencia y teniendo en cuenta que se trata de un título de nueva implantación, se proponen los siguientes valores objetivo para el Máster en Comunicación en Medios Sociales y Creación de Contenidos Digitales

Tasas propuestas para el Título	
Denominación	Valor (%)
Tasa de graduación	>75%
Tasa de abandono	<8%
Tasa de eficiencia	>90%
Tasa de rendimiento	>80%
Tasa de éxito	>90%