

# VICERRECTORADO DE CALIDAD



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE  
DE MADRID

OFICINA PARA LA CALIDAD

**MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO DEL  
MÁSTER EN CONSUMO Y COMERCIO  
CURSO 2015/16**

## Contenido

I.- INTRODUCCIÓN.....	3
II.- CRITERIOS.....	3
CRITERIO 1: LA FACULTAD PUBLICA EN SU PÁGINA WEB INFORMACIÓN SOBRE EL GRADO/MÁSTER EN ‘CONSUMO Y COMERCIO’ .....	3
CRITERIO 2: ANÁLISIS CUALITATIVO DEL DESARROLLO EFECTIVO DE LA IMPLANTACIÓN Y DE LOS NIVELES DE CALIDAD ALCANZADOS EN EL MÁSTER EN ‘CONSUMO Y COMERCIO’ .....	4
SUBCRITERIO 1: ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO/CENTRO .....	4
SUBCRITERIO 2: INDICADORES DE RESULTADO .....	8
SUBCRITERIO 3: SISTEMAS PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL TÍTULO .....	11
SUBCRITERIO 4: TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN Y SEGUIMIENTO .....	18
SUBCRITERIO 5: MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS .....	19
SUBCRITERIO 6: RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO .....	19
SUBCRITERIO 7: ENUMERACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES ENCONTRADOS EN EL PROCESO DE IMPLANTACIÓN DEL TÍTULO, ELEMENTOS DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN DEL SGIC QUE HA PERMITIDO SU IDENTIFICACIÓN, ANÁLISIS DE LAS CAUSAS Y MEDIDAS DE MEJORA PROPUESTAS INDICANDO SU ESTADO .....	19

## I.- INTRODUCCIÓN

Esta Memoria tiene su origen en lo señalado en el artículo 27 del Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales, modificado por el Real Decreto 861/2010, de 2 de julio.

El objetivo de esta Memoria Anual es que los responsables del seguimiento del Título en el Centro realicen un autodiagnóstico del desarrollo del Título, y que sus reflexiones permitan entender mejor los logros y las dificultades del mismo. Esta Memoria Anual forma parte de la primera etapa del Seguimiento del Título que culmina con la Acreditación, en caso favorable.

Para la elaboración de la Memoria se han tenido en cuenta las indicaciones de las distintas instituciones implicadas en la Calidad de la Educación Superior, destacando entre estas indicaciones las de disponer de mecanismos formales para el control y revisión de sus Títulos, que aseguren su relevancia y actualidad permanentes, permitiéndoles mantener la confianza de los estudiantes y de otros agentes implicados en la Educación Superior (criterio 1.2). De igual modo, se señala que las instituciones de Educación Superior deben garantizar que recopilan, analizan y utilizan información pertinente para la gestión eficaz de sus programas de estudio y de otras actividades (criterio 1.6), y que publican información actualizada, imparcial y objetiva, tanto cualitativa como cuantitativa, sobre los programas y Títulos que ofrecen (criterio 1.7).

## II.- CRITERIOS

En el proceso de seguimiento se han establecido dos criterios que son objeto de análisis por la Comisión de Calidad del Título y/o Centro.

El primero de los criterios hace referencia a la **información pública del Título**. En este criterio se analiza la disponibilidad, accesibilidad y actualización de la información necesaria para satisfacer las demandas e intereses de los diferentes grupos que interactúan directa o indirectamente en el proceso formativo.

El segundo de los criterios que analiza la **información proveniente del Sistema Interno de Garantía de Calidad**, permite conocer el desarrollo del Título y los niveles de calidad alcanzados en el programa formativo. En este apartado se encuentra la información relacionada con el análisis de indicadores, información generada por el sistema interno de garantía de la calidad, acciones puestas en marcha por el Centro como consecuencia de los análisis realizados por el mismo, de las recomendaciones efectuadas en los informes de verificación, modificación y las realizadas como consecuencia de los informes de seguimiento internos de la UCM y externos (FUNDACIÓN MADRI+D).

### CRITERIO 1: LA FACULTAD PUBLICA EN SU PÁGINA WEB INFORMACIÓN SOBRE EL MÁSTER EN 'CONSUMO Y COMERCIO'

#### Aspectos a valorar:

1. La página Web del Centro ofrece la información sobre el Título, previa a la matriculación, que se considera crítica, suficiente y relevante de cara al estudiante (tanto para la elección de

estudios como para seguir el proceso de enseñanza-aprendizaje). Este Centro garantiza la validez de la información pública disponible.

El enlace de la página Web que contiene esta información es el siguiente:

<http://www.ucm.es/consumocomercio>

2. Esta información está actualizada y su estructura permite un fácil acceso a la misma.

La información está actualizada y fácilmente accesible en la página propia del máster. Además, tanto desde la página electrónica de la Facultad de Comercio y Turismo (<http://comercioyturismo.ucm.es/estudios/master-consumoycomercio>) como desde la propia página de la Universidad Complutense de Madrid (<http://www.ucm.es/estudios/2015-16/master-consumoycomercio>) se tiene acceso a esta misma página.

3. La información presentada se adecua a lo expresado en la memoria verificada del Título.

## **CRITERIO 2: ANÁLISIS CUALITATIVO DEL DESARROLLO EFECTIVO DE LA IMPLANTACIÓN Y DE LOS NIVELES DE CALIDAD ALCANZADOS EN EL MÁSTER EN 'CONSUMO Y COMERCIO'**

### **Aspectos a valorar:**

#### **SUBCRITERIO 1: ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO/CENTRO**

Se han puesto en marcha los procedimientos del sistema de garantía de calidad previstos en el punto 9 de la memoria presentada a verificación y concretamente respecto a la estructura y funcionamiento del sistema de garantía de calidad del Título.

##### 1.1.- Relación nominal de los responsables del SGIC y colectivo al que representan.

La Junta de Facultad 3/2014 de 19 de mayo aprobó la siguiente Comisión de Calidad que posteriormente se ha ido actualizando según los cargos académicos correspondientes, en el curso 15/16 fue la siguiente:

Nombre	Apellidos	Categoría y/o colectivo
Mercedes	Rodríguez Paredes	Presidenta: Vicedecana de Alumnos y Calidad Presidente
Amparo	Carrasco Pradas	Representante PDI
M <sup>a</sup> Ángeles	Gutiérrez Salinero	Representante PDI
Adolfo	Hernández Estrada	Representante PDI
Adolfo	Millán Aguilar	Representante PDI
Ana Isabel	Rosado Cubero	Representante PDI
Fernando	Santander	Representante resto PDI (Secretario)

Santiago	Ramos Álvarez	Representante PAS
Luisa	Leal	Representante de alumnos
Laura	Bustos	Representante de alumnos
Concepción	García Gómez	Decana (invitada)
Omar	Bouazza Ariño	Coordinador del Grado en Turismo (invitado)
Pedro	López	Coordinador del Máster Comercio Electrónico (invitado)
Frank	Babinger	Coordinador del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras (invitado)
Philippe	Gandet	Agente externo Director de la Escuela de Negocios Vatel España

Posteriormente, una vez aprobados dos nuevos títulos ‘máster’, fueron incorporadas las ‘coordinadoras’ de ambos títulos a esta Comisión; desde el curso pasado, año académico 2015-16 y primero de impartición del máster en ‘Consumo y Comercio’, la coordinadora de este título participa en la Comisión de Calidad de la Facultad de “Comercio y Turismo”. Esta participación de coordinadores de los cursos de nivel ‘máster’ en la Facultad en la Comisión de Calidad resulta coherente con el papel que dicha Comisión asume en el establecimiento de criterios de calidad, de seguimiento, de control y de proposición en todas las titulaciones impartidas en la Facultad de “Comercio y Turismo”.

A lo largo del curso 2015-2016 se han celebrado reuniones de la Comisión de Calidad en las siguientes fechas:

- 15 de octubre de 2015. La reunión se ha centrado básicamente en el proceso de renovación de la acreditación de cuatro titulaciones en la Facultad de Comercio y Turismo.
- 19 de abril de 2016. Se toma la decisión de realizar un Plan de Mejora de la Facultad con el fin de poner en común todo lo relacionado con la calidad, implicando a todos los servicios del centro. Se toma la decisión de la puesta en funcionamiento de la web propia de los dos Másteres que están en el proceso de renovación de la acreditación. Se revisan y aprueban las Memorias de Seguimiento de los Grados en Comercio y Turismo, y los Másteres en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras, y en Comercio Electrónico.  
Se acuerda mejorar el sistema de queja y reclamaciones, dándolo a conocer y publicitar sus resultados. En este sentido se hace hincapié en la necesidad de formalizar las quejas y reclamaciones emitidos por los estudiantes.
- 20 de mayo de 2016. Se debaten diversos aspectos del Borrador del documento “Modelo de evaluación de la actividad docente del profesorado de la UCM: programa DOCENTIA-UCM”, que nos ha enviado el Rectorado con la finalidad de enviar propuestas de mejora. Como resultado de dicho debate, se elabora un documento con observaciones a dicho Borrador.

### 1.2.- Normas de funcionamiento y sistema de toma de decisiones.

El Reglamento de funcionamiento de la Comisión de Calidad fue aprobado por Junta de Centro celebrada el 11 de marzo de 2010 y modificado en la Junta de Centro del 19 marzo de 2013 (modificación de la toma de decisiones en la Comisión de Calidad).

En este reglamento se hace referencia a las sesiones, la adopción de acuerdos y a los efectos de los acuerdos.

- Sesiones.

1. La Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo se reunirá en sesiones ordinarias y extraordinarias.

2. Se realizarán tres reuniones ordinarias al año. Una al comienzo del curso, otra a mitad del curso, y la última, al concluir el periodo de docencia presencial.

3. La Comisión de Calidad se reunirá en sesiones extraordinarias por iniciativa de el/la Presidente/a o cuando así lo solicite un mínimo del 20% del total de miembros de pleno derecho. La convocatoria de estas sesiones se realizará con una antelación mínima de 48 horas y contendrá el orden del día de la reunión.

Por razones de urgencia, el/la Presidente/a, previo acuerdo de la Comisión, podrá convocar verbalmente nueva reunión de la misma durante la celebración de una sesión, enviándose notificación urgente a los miembros no presentes

- Adopción de acuerdos.

1. Las decisiones se tomarán por acuerdo cualificado (2/3 de los votos) de los miembros de la Comisión, por asentimiento o por votación pública a mano alzada, a propuesta de su Presidente. En todo caso, la propuesta de modificación del Reglamento de Funcionamiento de la Comisión de Calidad requerirá su aprobación por mayoría absoluta. En caso de empate, el Presidente dispondrá de voto de calidad.

2. Excepcionalmente, los acuerdos podrán adoptarse por votación secreta a petición de alguno de sus miembros. Siempre será secreta la votación referida a personas. Realizada una propuesta por el Presidente, se considerará aprobada la misma por asentimiento, si ningún miembro solicita la votación ni presenta objeción u oposición a la misma.

3. Una vez anunciado el comienzo de una votación por el Presidente, ningún miembro podrá interrumpirla salvo para plantear una cuestión de orden relativa a la forma en que se está efectuando la votación.

- Efectos de los acuerdos.

1. Los acuerdos y decisiones adoptados por la Comisión de Calidad tendrán los efectos que les sean propios en función de su contenido y de lo establecido en la normativa vigente.

2. Los acuerdos y decisiones adoptados por la Comisión de Calidad se comunicarán a los interesados en su caso para realizar los cambios y mejoras oportunas. Se informará en las siguientes reuniones sobre el nivel de avance o de cumplimiento de las mismas. Se elevarán a la Junta de Escuela para su ratificación los acuerdos que correspondan en su ámbito de competencia, así como los que la Comisión decida dada su especial trascendencia.

Adicionalmente en el centro existe la Comisión de Ordenación Académica, si bien sus funciones son relativas a la gestión corriente de la actividad académica: tramitación de plazas o carga docente, mientras que la de calidad aborda las mejoras en los sistemas de funcionamiento y los problemas operativos detectados por lo que no hay una relación entre ambas. A modo de ejemplo señalar que la Comisión de Calidad analiza las mejoras en la normativa de los Trabajos de Fin de Grado y una vez dictada y aprobada la normativa, su puesta en marcha es función de la Comisión Académica.

Las cuestiones de Prácticas Externas se canalizan a la Comisión de Prácticas Externas, responsable de su gestión. El procedimiento diseñado para la realización, seguimiento y evaluación de las prácticas externas permite una eficiente gestión administrativa y académica de dichas prácticas en la titulación, al tiempo que facilita el seguimiento y la evaluación de la práctica externa realizada por el estudiante, y articula la coordinación entre el tutor académico y el tutor profesional en la empresa... Respecto a la movilidad, el procedimiento general de la UCM y el específico del Centro permiten también analizar y evaluar los resultados de la participación en los programas de movilidad.

Respecto a la inserción laboral, se utiliza la información suministrada por el Rectorado de la UCM y se encuentra en fase de diseño e implantación un procedimiento de obtención de información complementario y específico para realizar el correspondiente seguimiento y evaluación.

Por todo ello, se puede concluir que el SGIC dispone de los procedimientos e instrumentos necesarios para la evaluación y mejora de los resultados de aprendizaje y de inserción laboral realizar el oportuno seguimiento de las mismas.

### 1.3.- Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.

A lo largo del curso 2015-2016 se han celebrado reuniones de la Comisión de Calidad en tres ocasiones, en los meses de octubre, abril y mayo, en las que ha aprobado las correspondientes Memorias de seguimiento de otras titulaciones de la Facultad de "Comercio y Turismo"; obviamente, no es el caso de nuestro máster en 'Consumo y Comercio', impartido por primera vez ese mismo curso.

La Comisión de Calidad trató en ese año académico diversos aspectos del Borrador del documento "Modelo de evaluación de la actividad docente del profesorado de la UCM: programa DOCENTIA-UCM"; los miembros de la Comisión trabajaron este documento, en torno al que se produjo un rico debate continuado en el tiempo (trascendiendo el encuentro en reunión), con interesantes resultados: fueron planteadas críticas al documento (por cuestiones tanto formales como de contenido) pero también fueron propuestas algunas alternativas que se presentaron al Rectorado.

La Comisión de Calidad elabora anualmente un informe sobre la marcha de las enseñanzas de la titulación recabando información de la Secretaría de alumnos del Centro y los programas de gestión informática, del Servicio de Coordinación y Gestión Académica, de la Dirección del Centro donde esté ubicada la titulación, de los Departamentos implicados en las enseñanzas... En dicho informe se recoge y analiza información sobre los siguientes aspectos:

1. Difusión del programa formativo
2. Acceso e ingreso de estudiantes incluyendo planes de acogida u orientación
3. Coordinación del profesorado de la titulación
4. Orientación formativa a los/las estudiantes y también orientación sobre salidas profesionales
5. Recursos e infraestructuras de la titulación
6. Estructura y características del profesorado y personal de apoyo de la titulación
7. Información general sobre la matrícula y estructura de grupos de docencia, movilidad de estudiantes, estudiantes en prácticas y otros.

La Comisión de Calidad analiza estos datos y realiza propuestas de revisión y mejoras que remite para su aprobación a la Junta de Centro. El seguimiento de la aplicación de las mejoras

propuestas y aprobadas por la Junta de Centro se realiza asimismo por la Comisión de Calidad, que elabora el correspondiente informe de seguimiento y se encarga de su difusión.

La Comisión del Sistema de Garantía Interno de Calidad dispone de un Reglamento de Funcionamiento aprobado por la Junta del Centro y se configura como instrumento para recoger información, analizarla, implementar acciones de mejora y realizar su oportuno seguimiento.

El procedimiento diseñado para la realización, seguimiento y evaluación de las prácticas externas permite una eficiente gestión administrativa y académica de dichas prácticas en la titulación, al tiempo que facilita el seguimiento y la evaluación de la práctica externa realizada por el estudiante, y articula la coordinación entre el tutor académico y el tutor profesional en la empresa... Respecto a la movilidad, el procedimiento general de la UCM y el específico del Centro permiten también analizar y evaluar los resultados de la participación en los programas de movilidad.

Respecto a la inserción laboral, se utiliza la información suministrada por el Rectorado de la UCM y se encuentra en fase de diseño e implantación un procedimiento de obtención de información complementario y específico para realizar el correspondiente seguimiento y evaluación.

Por todo ello, se puede concluir que el SGIC dispone de los procedimientos e instrumentos necesarios para la evaluación y mejora de los resultados de aprendizaje y de inserción laboral.

## SUBCRITERIO 2: INDICADORES DE RESULTADO

Se han calculado los indicadores cuantitativos establecidos en el Sistema Interno de Garantía de Calidad, que permiten analizar, entre otros, el cumplimiento o desviación de los objetivos formativos y resultados de aprendizaje.

### INDICADORES DE RESULTADOS

<small>*ICM- Indicadores de la Comunidad de Madrid *IUCM- Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid</small>	Primer curso de implantación/ acreditación	Segundo curso de implantación/ acreditación	Tercer curso implantación/ acreditación	Cuarto curso implantación/ acreditación
ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas	40			
ICM2 Matrícula de nuevo ingreso	22			
ICM-3 Porcentaje de cobertura	55%			
ICM-4 Tasa Rendimiento del título	84'65%			
ICM-5 Tasa Abandono del grado	---			
ICM-6 Tasa de Abandono del máster	4'5%			



ICM-7 Tasa Eficiencia de los egresados	---			
ICM-8 Tasa Graduación	55%			
IUCM-6 Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente	50%			
IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente	14'29%			
IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado	100%			
IUCM-13 Satisfacción de alumnos con el título	5'2			
IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título	8'5			
IUCM-15 Satisfacción del PAS del Centro	7'5			

## 2.1.- Análisis de los Resultados Académicos.

### ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas

En consonancia con la Memoria de Verificación, el número de plazas de nuevo ingreso ofertadas se estableció en 40 para el Máster de 60 créditos del Plan 2015. Globalmente esta cifra se considera apropiada para la docencia en el Máster y no se contemplan modificaciones.

### ICM2 Matrícula de nuevo ingreso

La matrícula de nuevo ingreso fue de 22 personas matriculadas. Es un número que valoramos como muy positivo, considerando que era primer año académico en el que se ofertaba el Máster; incluso su publicidad se inició con retraso respecto a otros cursos ofertados, por haber sido aprobado por ANECA ya iniciado el período de publicitación de cursos UCM.

### ICM-3 Porcentaje de cobertura

El porcentaje de cobertura ha sido del 55%. Como indicamos en anterior apartado, nuestra valoración es positiva, considerando por una parte el inicio de oferta del máster y, por otra, la fecha de su aprobación, que retrasó su presentación y difusión.

Hay que recordar en todo caso, asimismo, el efecto general en la matriculación que pueda ser atribuible a efectos de la 'crisis económica' que sabemos ha disuadido a un importante número de potencial alumnado a seguir sus estudios de tercer grado.

Con todo, conscientes de nuestra especial exigencia en la aceptación de alumnado en el inicio de puesta en marcha del Máster en 'Consumo y Comercio', planteamos la ampliación de nuestra aceptación de alumnado una vez el proyecto se encuentre asentado (tras primeras promociones).

### ICM-4 Tasa Rendimiento del título

La Tasa de Rendimiento del título es del 84'65%. Fueron superados 1092 créditos de los 1290 matriculados para realización del Master. Los créditos no superados responden, con alguna

excepción, a la no superación del Trabajo Fin de Máster durante el año académico de realización. La pluralidad de origen, formativo y también territorial (destaquemos en ese primer año la presencia de algo más del treinta por ciento de alumnado de origen chino, con mayores dificultades idiomáticas de las inicialmente previstas) ayudan a explicar la necesidad de ampliar el tiempo de realización del curso.

#### ICM-6 Tasa de Abandono del máster

Nuestro cálculo de tasa de abandono corrige la que figura en la información del Vicerrectorado UCM (donde figura un alarmante dato de más del treinta por ciento) y la sitúa en un (obviamente mucho más asumible) 4'5%.

#### ICM-7 Tasa Eficiencia de los egresados

No procede, por ser primer año (año académico 2015-16) de funcionamiento del Máster en 'Consumo y Comercio'.

#### ICM-8 Tasa Graduación

La tasa de graduación obtenida durante el año académico 2015-16, primero de implantación del máster en 'Consumo y Comercio', fue del 55%. Como hemos apuntado más arriba, un importante porcentaje del alumnado optó por aplazar la presentación del Trabajo fin de Máster. Recordemos de nuevo esa importante presencia de personas matriculadas de origen chino con dificultades para el seguimiento y óptimo aprovechamiento de la docencia, que se refleja también en los resultados de evaluación. Consideramos que este dato puede ser mejorado en próximas promociones (ya para el actual año académico hemos sido más exigentes con el nivel de idioma, que debe ser evidenciado en entrevista personal).

#### IUCM-6 Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente

Ese 50% de tasa de participación en el programa de evaluación docente de los profesores muestra una mejorable implicación de docentes en la propuesta. Valoramos que es un porcentaje que previsiblemente no debería resultar difícil modificar al alza y, en parte podría ser explicado (como hipótesis de partida) por esa novedad en la docencia del máster en 'Consumo y Comercio'. La Comisión de Coordinación animará al equipo docente, en reuniones mantenidas en común y otras ocasiones que faciliten el recuerdo, a incrementar su participación.

#### IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente

La tasa del 14'29% de evaluaciones resulta un claro indicador de que existe un problema en este procedimiento de valoración; en primera lectura de este indicador, apuntemos, de forma primordial, un bajo nivel de reconocimiento e implicación (que, obviamente, interpela al emisor), también podemos apuntar, el contexto general de una sociedad 'demoscópica' pero con un fuerte cuestionamiento institucional en la opinión pública. La limitada participación del profesorado, que hemos visto en el punto anterior, parece bastante relacionada. Pero también hay que considerar que el propio Máster realiza encuestas de valoración entre su alumnado, lo que puede tener cierto efecto de 'redundancia' o repetición a la que no encuentren mucho sentido.

#### IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado

El resultado de esta tasa podría producir corresponder a una alta satisfacción, sin embargo, si somos coherentes con los cuestionados datos de participación reflejados en anteriores puntos, no podemos -no debemos- realizar una lectura triunfalista en esa línea. Sabemos que hay una buena valoración del profesorado (constatada también en nuestras encuestas internas de satisfacción), aunque no provenga la observación de este resultado concreto.

#### IUCM-13 Satisfacción de alumnos con el título

Con un nivel de participación tan bajo, no podemos valorar el dato que consta como representativo de valoración del grupo. Más adelante se alude a resultados del cuestionario diseñado y aplicado desde el propio Máster, donde se evidencia la general buena valoración del alumnado del curso.

#### IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título

Sabemos la alta satisfacción del profesorado; de nuevo nuestra percepción -por observación directa: contacto y seguimiento- nos la proporciona un trabajo cotidiano de presencia, participación y posición dialógica y abierta (lo que permite seguir el 'día a día' también por supuesto incorporando -tratando- la crítica, la propuesta, el conflicto, el contraste de pareceres, cuando hubiere).

### **SUBCRITERIO 3: SISTEMAS PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD DEL TÍTULO.**

En este subcriterio se procede a analizar el estado de la implantación y resultados de los procedimientos contemplados para el despliegue del Sistema Interno de Garantía de Calidad que son los siguientes, debiendo consignarse en cualquier caso el estado de implantación (Implantado, en Vías de Implantación o No Implantado):

- 3.1.- Análisis del funcionamiento de los mecanismos de coordinación docente.
- 3.2.- Análisis de los resultados obtenidos a través de los mecanismos de evaluación de la calidad de la docencia del título.
- 3.3.- Análisis de la calidad de las prácticas externas.
- 3.4.- Análisis de la calidad de los programas de movilidad.
- 3.5.- Análisis de los resultados obtenidos relativos a la satisfacción de los colectivos implicados en la implantación del título (estudiantes, profesores, personal de administración y servicios y agentes externos).
- 3.6.- Análisis de los resultados de la inserción laboral de los graduados y de su satisfacción con la formación recibida.
- 3.7.- Análisis del funcionamiento del sistema de quejas y reclamaciones.

#### 3.1.- Análisis del funcionamiento de los mecanismos de coordinación docente.

El Máster en 'Consumo y Comercio' tiene una Comisión de Coordinación formada por el grupo de profesores que trabajaron todo el proceso, desde la propuesta hasta la aprobación del título. Se organizó en un origen como "Comisión para el Diseño del Plan de Estudios del Máster Universitario Oficial en Consumo y Comercio", antes de su presentación, propuesta y votación como "Comisión de Coordinación" en reunión del Equipo Docente (puesto que comenzó su trabajo, como se ha dicho, con anterioridad a la aprobación del propio Máster). La Comisión de Coordinación fue aprobada en primera reunión con Equipo Decanal y Equipo Docente del curso, celebrada (inmediatamente después de la aprobación del Máster) el día 3 de junio de 2015. Sus componentes son:

"Comisión para el Diseño del Plan de Estudios del Máster Universitario Oficial en Consumo y Comercio"

- Matilde FERNÁNDEZ-CID ENRÍQUEZ, Coordinadora
- Adolfo HERNÁNDEZ ESTRADA
- Juan Luis PEÑALOZA FIGUEROA
- José Eugenio CASTAÑEDA MUÑOZ

Desde la notificación de aprobación del Máster por Administrador Verifica ANECA, en mayo de 2015, iniciamos reuniones preparatorias y convocamos a una primera reunión al Equipo Docente, también a directores de Departamentos implicados, y a parte del Equipo Decanal (decana, vicedecana de Posgrado e Investigación y vicedecana de Organización Académica) para el miércoles 3 de junio. En ella fue presentado el Plan de Estudios, la Memoria aprobada por ANECA y se trataron, entre otros, los siguientes asuntos: horarios; fichas de asignaturas; programas; criterios de evaluación; creación de Comisión de Coordinación; reuniones de profesorado; TFM (reglamento básico).

Desde entonces, la Comisión de Coordinación mantiene reuniones periódicas (cada mes, como mínimo) para tener un seguimiento próximo de la marcha del Curso, tanto en sus aspectos formales como de contenido.

En relación a la coordinación docente, de intercambio de información y toma de decisiones sobre contenidos, dinámica, evaluación, etc. entre las distintas Materias y Asignaturas del Máster, el Equipo Docente tiene también reuniones periódicas donde se tratan todos estos asuntos; también se habla sobre tareas exigidas, tiempos, recursos o coordinación de carga de trabajo del alumnado, entre otros asuntos (algunos previstos, otros emergentes). Están previstas tres reuniones, por mínimo, en cada año académico: inicio -septiembre/octubre-, entre primer y segundo semestres -enero/febrero- y final de curso; en el año académico del que estamos dando cuenta, 2015-16, se celebraron reuniones de Equipo Docente en las fechas: 3 de junio de 2015, 9 de febrero de 2016 y 13 de junio de 2016. Durante ese primer año académico no se contempló invitar a representación de alumnado; previsiblemente se plantee en cursos posteriores.

La asignación de responsables de coordinación de Prácticas externas y de Trabajos fin de Máster también son motivo de debate y acuerdos (en la medida de lo posible: algunas limitaciones vienen impuestas) en dichas reuniones. También se informa (en ocasiones se consulta) sobre procesos de difusión y publicidad del curso y sobre proceso de selección de alumnado. En relación a este último aspecto, toda la Comisión de Coordinación está implicada, y participa, en el proceso de valoración y selección de solicitudes para el curso; en este proceso de valoración y selección, se realiza entrevista individualizada a cada candidato/a que cumple requisitos de entrada y ha superado una primera selección basada en la documentación disponible (cuando el/la candidato/a no puede acudir, las entrevistas se realizan por vía electrónica: programa de imagen y voz en tiempo real).

Como complemento a esta comunicación directa entre profesorado del Máster, se publica información relevante en la página 'web'. La página electrónica del curso transmite 'noticias' o convocatorias relativamente urgentes y/o puntuales, pero también contiene información más 'permanente' (aunque en actualización cuando se requiere) del profesorado y de sus propuestas docentes (programas, fichas, información sobre protocolos, evaluación, contacto...)

### 3.2.- Análisis de los resultados obtenidos a través de los mecanismos de evaluación de la calidad de la docencia del título

La estructura académica del profesorado que imparte la docencia en el máster es la siguiente:

<b>Categoría</b>	<b>Número</b>	<b>Doctores</b>
Catedrat. E.U.	1	1
Titular Univers.	6	6
Contratado doctor	3	3
Contrat. Doctor inter	1	1
Prof. colaborador	1	1
Asociados	3	3
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>15</b>

El Apartado 2.1. ha dado cuenta de la participación del profesorado en Docencia y el nivel de implicación (muy bajo) del alumnado en la realización de encuestas contempladas como 'proceso evaluador'. Dado que el año académico de referencia es 2015-16, el primer año de impartición del Máster en 'Consumo y Comercio', sólo podemos apuntar nuestra intención de intentar aumentar esa participación en próximas convocatorias.

Añadamos que el propio Máster realiza dos consultas de valoración a lo largo del curso, donde el alumnado debe valorar cuestiones relativas tanto al profesorado como a la materia impartida (para cada asignatura). Los resultados de dicha consulta han resultado muy positivos (asignaturas, profesorado, servicios generales de la Facultad...)

### 3.3.- Análisis de la calidad de las prácticas externas.

El Máster de 'Consumo y Comercio' oferta las prácticas externas como 'asignatura optativa' (considerando, como así ha ocurrido, que parte del grupo ya tiene experiencia profesional y puede estar menos interesado en su realización), con una carga de 6 créditos. Durante el año académico 2015-16 la tasa de participación efectiva en esta asignatura fue del 50% de las personas matriculadas.

Las prácticas externas desarrolladas por los alumnos y alumnas del máster abarcan diversas áreas de aplicación y actividad, tales como: Asistente de proyecto, marketing y publicidad, gestión educativa, comercial y administrativa, estudios de mercado, exportación e importación, entre otros; son ámbitos y actividades relacionadas con contenidos y objetivos del proyecto formativo del Máster, por lo que valoramos que han constituido un factor complementario al programa desarrollado en el máster.

En relación a la gestión administrativa, es la Oficina de Prácticas de la Facultad de "Comercio y Turismo" la encargada de esta labor. Esta oficina funciona bajo la dirección y supervisión del Vicedecanato de Relaciones Institucionales; cuenta con un funcionario administrativo con dedicación a tiempo completo, además de un becario.

Además de esta Oficina, como apoyo institucional de la Facultad de "Comercio y Turismo" existe una Comisión de Prácticas en Empresas, formada por profesores con docencia en el centro, cuyas funciones están delimitadas en la Guía de Prácticas aprobada por la Junta de

Facultad. Si bien no es Comisión Delegada de la Junta de Facultad, ésta recibe información sobre su funcionamiento, funciones, intervención y acuerdos.

La oficina de prácticas de la Facultad de Comercio y Turismo, responsable de todo el procedimiento administrativo para la realización de las prácticas externas, facilita una Guía de Prácticas los/as estudiantes. Esta Guía precisa el procedimiento para formalizar el 'alta' en GIPE (protocolo informático) y consultar y elegir las empresas u organizaciones con Convenido firmado con la U.C.M.; también, entre otra información, contiene una guía de 'alta' para empresas.

Entre las funciones de la oficina de prácticas podemos destacar las siguientes:

- Establecer relaciones con las empresas
- Preparación de convenios, remisión a empresas y al vicerrectorado para los trámites de firma y registro
- Recepción de ofertas y publicación en la página web
- Coordinación con el COIE para todas aquellas ofertas aplicables a los alumnos del máster y que son gestionadas por el COIE
- Prestar una atención personalizada a los estudiantes. Para ello, tiene prefijado un horario de atención al público de lunes a viernes de 12 a 14 horas
- Comunicación y Coordinación con los profesores tutores de prácticas (académicos y de empresa)
- Gestión de expedientes y calificaciones.

Entre las principales fuentes de información sobre las Prácticas externas para los estudiantes del máster podemos indicar las siguientes:

- Desarrollo de una reunión informativa con todos los alumnos del máster matriculados en las prácticas externas. En dicha reunión se detallan las diversas opciones que tienen para elegir la empresa en la que desean hacer las prácticas y se informa del procedimiento que deben seguir para concretar la práctica.
- Las páginas web de la Facultad de "Comercio y Turismo" y de la Universidad Complutense constituyen otras de las vías de información para el estudiante del máster. En ellas hay un apartado específico, accesible desde la página de inicio, hacia la información específica de 'prácticas en empresas'.
- Adicionalmente, al principio del curso académico, la Facultad organiza una reunión informativa sobre Prácticas en empresas dirigida a todos los estudiantes (Grados y Másteres) en la que se informa sobre los procedimientos de gestión y las distintas posibilidades de convalidación. La presentación posteriormente se publica en la web de la Facultad (existe un *link* a la página web del máster en 'Consumo y Comercio').

Una de las acciones más relevantes en la tramitación administrativa de la organización de las prácticas es la implementación del sistema informático GIPE (Gestión Integral de Prácticas en Empresas), una aplicación informática que centraliza toda la gestión de las prácticas para todos los implicados: estudiantes, tutores y empresas.

Todos los alumnos/as matriculados en la asignatura de Prácticas están bajo la tutela de un/a profesor/a del Máster y de una persona responsable de su formación en la empresa u organización. El tutor/a del máster mantiene como mínimo dos entrevistas con el alumno/a, una al comienzo y otra al finalizar las Prácticas. Ambos tutores deben evaluar el proceso de práctica y de aprendizaje y la Memoria que el alumno/a debe presentar al final del período de prácticas.

El tutor de la empresa tiene la obligación de cumplimentar una plantilla de explicación de la labor del estudiante en prácticas y de evaluación de su desempeño a lo largo del período de ‘Prácticas’. Esta evaluación incluye una valoración numérica, que deberá ser grabada en la plataforma GIPE.

El alumno tiene la obligación de presentar una Memoria en la que debe reseñar su valoración personal de la práctica, la atención recibida por parte del tutor y la relación entre el contenido de la práctica y los estudios cursados, en los plazos establecidos en la Guía de Prácticas.

En el curso de implantación del máster en ‘Consumo y Comercio’ (año académico 2015-2016), nuestros alumnos/as realizaron sus prácticas en 11 empresas relacionadas con los contenidos académicos del máster:

- Realizaron las prácticas 12 personas
- Curriculares: 12
- Extracurriculares: 1
- Nº de anexos gestionados por la oficina de prácticas: 11
- Nº de nuevos convenios marco gestionados por la Facultad: 119 (el Máster en ‘Consumo y Comercio’ estableció contactos y facilitó el protocolo para firma de tres nuevos convenios Universidad-Empresa durante ese año académico)

Empresas en las que los alumnos/as del Máster en ‘Consumo y Comercio’ realizaron Prácticas:

Entidad	Área de Prácticas
Biotóner & R. Sistemas Ecológicos, S.L. (comercial)	Oferta Administración
YUAN YU	Asistente de Proyecto turismo chino
Cartagón, S.L.	Departamento de Marketing y Publicidad
Gestión Educativa Consultores, S.L. (Desarrollo de Negocio)	Práctica para estudiante de Máster
Hotelbeds Spain, S.L	Admin Support Intership
Start Discount Club, S.L.	Gestión comercial y comercio electrónico
Ecologistas en Acción Madrid - AEDENAT	Conocimiento y participación en diversas áreas de la Organización
Simple Lógica Investigación, S.A.	Consumo y Prácticas Comerciales en los Estudios de Mercado.
ZHOU XIONGHOU WANG S.L.	Gestión comercial e importación desde China
GO OFERTON EUROPA, S.L	Prácticas e-commerce Sales assistant
ASIA - UNION CONSULTING, S.L.	Conocimiento y participación en labores de la empresa

Con relación a las vías de evaluación de la calidad de las prácticas podemos destacar las siguientes:

- a. Una pregunta de satisfacción en las encuestas de evaluación aplicadas por el Máster.
- b. Un apartado específico de opinión en la Memoria a entregar por el alumno/a al finalizar el período de ‘Prácticas’.



- c. La valoración de los tutores, académico y de empresa, sobre los distintos aspectos que involucra el desarrollo de la práctica.

Los resultados obtenidos en estas diversas fuentes permiten concluir que las prácticas externas en el Máster en Consumo y Comercio han alcanzado sus objetivos y hecho posible la ampliación de las competencias académicas y profesionales de sus alumnos/as.

#### 3.4.- Análisis de la calidad de los programas de movilidad.

El máster en 'Consumo y Comercio' tiene una duración de un solo año académico (60 ECTS); no nos hemos planteado 'programas de movilidad' entre el alumnado. Sí hemos considerado, y así lo hemos propuesto al alumnado, la posibilidad de realizar prácticas (para aquellos que la tienen seleccionada como asignatura optativa, formato en que es ofertada en nuestro Plan de Estudios) en el extranjero; ya empezamos contacto con empresa fuera de España (en ese primer curso, la empresa Quality Latinoamérica, en Argentina) con este fin, y animamos a nuestros alumnos a hacer propuestas y peticiones (buscando adecuación a demanda, en lo posible), con la promesa por parte de la organización del curso de intentar -en caso de no tenerlo ya- firma de convenio Universidad-empresa con esas empresas propuestas y/o seleccionadas.

#### 3.5.- Análisis de los resultados obtenidos relativos a la satisfacción de los colectivos implicados en la implantación del título (estudiantes, profesores, personal de administración y servicios y agentes externos).

Como se apunta en la "Guía de Apoyo..." facilitada por el Vicerrectorado de Calidad, son objeto de análisis en este apartado las 'encuestas de satisfacción' realizadas entre los agentes implicados por el propio Vicerrectorado de Calidad. No cabe, pues, sino recordar algunos de los apuntes recogidos en el Subcriterio 2, que recoge sus resultados.

Nos encontramos con un 50% de tasa de participación en el programa de evaluación docente de los profesores, que evidencia una baja implicación de docentes en la propuesta. La Comisión de Coordinación animará al equipo docente, en reuniones mantenidas en común y otras ocasiones que faciliten el recuerdo, a incrementar su participación.

La tasa del 14'29% de evaluaciones, que disminuya de forma radical incluso a de participación parece indicar (aquí no hay posibilidad de precisar mucho más) que existe un problema en este procedimiento de valoración. También hay que considerar que el propio Máster realiza encuestas de valoración entre su alumnado, lo que puede tener cierto efecto (no deseado, pero entendible) de 'redundancia' o repetición a la que no encuentren mucho sentido.

A pesar de la alta 'tasa de respuestas positivas', dada lo poco representativo de la participación no sería honesto validar el dato. Sabemos que hay una buena valoración del profesorado (constatada también en nuestras encuestas internas de satisfacción), aunque no provenga la observación de este resultado concreto.

Tampoco podemos valorar a partir de las encuestas del Vicerrectorado, con un nivel de participación tan bajo, el dato (un 5'2) de satisfacción del alumnado como representativo de valoración del grupo.



Nuestro conocimiento de niveles altos de satisfacción -de alumnado, de profesorado- provienen, como apuntábamos más arriba, de nuestro trabajo cotidiano y cotidiano contacto con estos colectivos; también de la aplicación de nuestros propios cuestionarios de valoración.

Claramente se debe reconocer las limitaciones de interpretación (si queremos hablar de representación de colectivos) que los resultados de estas encuestas. Quizá el tiempo de realización tenga también cierta incidencia: las encuestas se suelen realizar durante el segundo cuatrimestre, período que coincide con las prácticas y la elaboración del Trabajo Fin de Máster (apuntamos esta circunstancia sugerida desde otros títulos con más experiencia).

Parece una evidencia, también apuntada por otros colegas responsables, que también en estos títulos de 'máster' los/as estudiantes es siguen prefiriendo el contacto directo con profesores y componentes de coordinación del curso para manifestar opiniones, demandas, críticas o sugerencias. En ocasiones, la consulta directa sustituye incluso a la consulta a la 'web' del curso (se pregunta sobre asuntos que la página incluye). La búsqueda no sólo de inmediatez en la respuesta, sino de un canal más 'próximo', más 'dialógico' sabemos que también está detrás de esta opción.

No estamos en condiciones, hoy, de hacer valoraciones explicativas de las respuestas de satisfacción obtenidas del PAS; el resultado ofrece una tasa positiva, pero no sería riguroso por nuestra parte hacer interpretaciones de este resultado.

### 3.6.- Análisis de los resultados de la inserción laboral de los graduados y de su satisfacción con la formación recibida.

No de aplicación: año académico 2015-16 fue primera promoción

### 3.7.- Análisis del funcionamiento del sistema de sugerencias, quejas y reclamaciones.

Varios son los canales formales mediante los que el alumnado puede comunicar preguntas, quejas, sugerencias, reclamaciones; apuntamos los que, con carácter más próximo y accesible, han sido previstos y estuvieron habilitados durante el año académico 2015-2016:

Reclamaciones por escrito presentadas en la secretaría de alumnos

No se tiene constancia de reclamaciones de este tipo presentadas por estudiantes del título durante el curso 2015-2016. Este tipo de reclamaciones se gestionan por las personas competentes en cada caso, se cursan y resuelven desde el Vicedecanato de Alumnos y Calidad y se responden por escrito y se archivan con su resolución.

Reclamaciones por vía electrónica: web del Centro o web del Máster

La página electrónica del Máster en 'Consumo y Comercio' sitúa en lugar visible y destacado el espacio destinado a este apartado, buscando facilitar al máximo la tramitación de cualquier tipo de sugerencia, queja, consulta o reclamación que quieran transmitir.

Aunque la ausencia de actividad para el caso de nuestro título podría ser leída de forma 'triumfalista' (por ejemplo, interpretando la ausencia real de quejas como su inexistencia) sabemos (y nos consta que varios informes del propio Centro reconocen) que, en general, los alumnos son poco propensos a utilizar los cauces 'formales' (formalizados) para plantear quejas y reclamaciones. No puede sorprender esta 'resistencia' si se considera el contexto general de escasa participación 'formalizada' de la población (el término "desinstitucionalización" apunta, entre otros, este fenómeno), lo que no significa necesariamente 'no participación'.

Lo habitual es que las quejas, dudas, sugerencias... se produzcan de manera verbal o por correo electrónico (preferentemente a quien es reconocido como 'coordinador', pero también a otros/as profesores si el asunto está relacionado con asignaturas concretas).

Reclamaciones presentadas verbalmente o por correo electrónico al coordinador del master Como estamos apuntando, ésta es una vía que generalmente se considera más 'próxima' y suele ser más utilizada. Efectivamente, durante el año académico 2015-2016 se estableció comunicación fluida con la coordinación del curso por parte de algunos/as alumnos y en algún caso se plantearon quejas, propuestas, preguntas... todas ellas en tono dialogante y abierto y relacionadas con cuestiones como la dinámica y/o nivel de exigencia de algunas asignaturas, el retraso en acceso a materiales/recursos o problemas de tramitación administrativa (desatención, demora). La coordinación del curso anima al alumnado a manifestar sus opiniones y propuestas considerando los múltiples posibles canales y formatos.

En varias ocasiones se organizaron encuentros/reuniones del grupo con la coordinación del curso, para tratar de forma colectiva asuntos compartidos (generalmente con carácter informativo, pero también es ocasión de seguir el 'pulso' del grupo, también de sus opiniones y valoraciones).

Estos formatos de planteamiento y, en su caso, resolución de 'problemas' no generan documento 'físico' en que quede constancia y no lo problematizamos: sabemos que son canales ricos en comunicación y facilitadores de búsqueda de 'soluciones' y expresión de alternativas. Nuestra responsabilidad nos exige, obviamente, animar a la formalización ante denuncias o quejas trascendentes.

Apuntemos el muy alto nivel de satisfacción expresado por el alumnado en la pregunta referente a 'canales para realizar quejas y sugerencias' en los cuestionarios realizados por la coordinación del Máster (con una valoración media de 4 sobre 5).

#### **SUBCRITERIO 4: TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN.**

4.1.- Se ha realizado la acción necesaria para llevar a cabo la recomendación establecida en el Informe de Evaluación de la Solicitud de Verificación del Título, realizado por la ANECA, para la mejora de la propuesta realizada.

Recomendación planteada por ANECA:

CRITERIO 1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

Más allá de la normativa de la UCM, que aplica correctamente en la memoria, se detecta una inconsistencia entre los requisitos mínimos de matrícula y los créditos de los módulos materias. Se recomienda revisar, por parte de la Universidad, este aspecto, para que exista una correspondencia real entre los créditos de matrícula y los créditos de las materias a matricular.

4.2.- Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de Seguimiento del Título, realizado por la Fundación para el conocimiento Madri+D para la mejora del Título.

No de aplicación: año académico 2015-16 fue primera promoción

4.3.- Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de Seguimiento del Título, realizado por la Comisión de Calidad de las Titulaciones de la UCM, para la mejora del Título.

No de aplicación: año académico 2015-16 fue primera promoción

4.4.- Se ha realizado el plan de mejora planteada en la Memoria de Seguimiento del curso anterior.

No de aplicación: año académico 2015-16 fue primera promoción

4.5 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de la Renovación de la Acreditación del título, realizado por la Fundación para el conocimiento Madri+D para la mejora del Título.

No de aplicación: año académico 2015-16 fue primera promoción

## **SUBCRITERIO 5: MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS**

En este subcriterio queda recogida cualquier modificación del Plan de Estudios que se haya realizado durante el curso con el consiguiente análisis y posterior descripción de las causas que la han motivado.

5.1.- Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación de las modificaciones sustanciales realizadas.

No fueron realizadas modificaciones sustanciales

5.2.- Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación de las modificaciones no sustanciales realizadas.

No fueron realizadas modificaciones sustanciales

## **SUBCRITERIO 6: RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.**

Como puntos fuertes de la titulación cabe destacar:

- La multidisciplinaridad del equipo de profesores del Máster. Dado lo abarcador de contenidos del Máster (tanto 'consumo' como 'comercio' convocan una pluralidad de asuntos, perspectivas, abordajes y análisis) esa pluralidad resulta potencialmente muy rica.
- La diversidad de experiencias de trabajo, tanto teórico como de investigación, del equipo docente del Máster. Reforzando el punto anterior: el equipo docente ha demostrado una capacitación y adecuación en su preparación teórica y pedagógica, pero también está

compuesto por profesionales que conocen -por trayectoria, por participación actual- el trabajo de investigación empírica.

- El predominio del carácter internacional de los alumnos del Máster. Hoy es un elemento de enriquecimiento; en nuestros ámbitos de trabajo la diversidad de experiencias de origen, de modelos y procesos de consumo y dinámica comercial, de diferenciados 'estilos de vida', hábitos, costumbres o normativas, resultan muy productivos en el aprendizaje (intercambio, contraste, trayectorias confrontadas, similitudes...)
- Heterogeneidad de los alumnos por edad, experiencia, área de conocimiento y adscripción académica.
- La centralización de la gestión administrativa de la Facultad de Comercio y Turismo, pero con la designación de una persona de secretaría para atender las acciones administrativas relacionadas con los cursos Máster.
- La profesionalidad, adecuación y disponibilidad de los responsables del área de informática (nos permitimos apuntar también la cuidada, exquisita, atención a profesorado y alumnado).
- Las facilidades ofrecidas al alumnado para realizar prácticas fuera de Madrid, en función de sus opciones (áreas de formación/profesionales, preferencias territoriales).
- Los convenios ya establecidos 'universidad-empresa' se consideran y utilizan para las prácticas del alumnado del máster, pero también se intenta su ampliación y adecuación. En este sentido, se busca establecer contacto con empresas y otras organizaciones que puedan resultar de interés (previsto desde el máster o demandado/sugerido por sus estudiantes). En esta línea, se solicita explícitamente la participación de profesores y alumnos.
- El proceso de selección de candidatos al máster incluye una entrevista personal en todos los casos de personas pre-seleccionadas para la realización del curso.
- La alta implicación del alumnado, tanto de forma individual (interés y seguimiento) como también colectiva (ágil y activa conformación de grupo –si matizamos algo más: tanto como 'grupo de base' como 'grupo de trabajo').

## **SUBCRITERIO 7: ENUMERACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES ENCONTRADOS EN EL PROCESO DE IMPLANTACIÓN DEL TÍTULO, ELEMENTOS DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN DEL SGIC QUE HA PERMITIDO SU IDENTIFICACIÓN, ANÁLISIS DE LAS CAUSAS Y MEDIDAS DE MEJORA ADOPTADO.**

7.1.- Relación de los puntos débiles o problemas encontrados en el proceso de implantación del título, elementos del sistema de información del SGIC que ha permitido su identificación y análisis de las causas.

Respecto a los puntos débiles o problemas encontrados destacamos los siguientes:

- La baja participación del profesorado en el programa DOCENTIA. Se intentará animar un incremento en esta participación. En todo caso, el Máster ha previsto, diseñado y aplicado entrevistas con los estudiantes y encuestas internas de calidad.
- Las tasas de matriculación consideramos supone una importante barrera para la demanda de plazas en el máster; no apuntamos aquí tanto su valoración cuantitativa cuanto porque pone en peligro la heterogeneidad (de situación socio-económica de origen, también puede afectar a origen territorial) del grupo de alumnos.
- Las diferencias entre los solicitantes admitidos y los realmente matriculados, se explica, entre otros aspectos, a que la Universidad Complutense de Madrid admite a los

seleccionados en un momento posterior al que lo hacen otras universidades. Algunos solicitantes admitidos inician su proceso de inscripción en otra universidad antes de obtener la respuesta de la UCM. Quizá resultaría interesante adaptar el calendario interno al de otras universidades del entorno.

- Falta de presupuesto del que pueda disponer el propio Máster para desarrollar actividades académicas (conferencias, seminarios...), prácticas y visitas externas (empresas, organizaciones, administración...) Consideramos debería considerarse un fondo disponible para propuestas de este tipo (obviamente fundamentadas y justificadas).
- Falta de agilidad y, en ocasiones, de precisión, en protocolos administrativos (información, tramitaciones, ajustes, atención a demandas...); el alumnado del máster ha mostrado esta queja, de forma verbal y en respuesta a cuestionario interno de seguimiento del Máster.

## 7.2.- Plan de mejora y su seguimiento

Propuesta de acciones y medidas de mejora:

- En relación a la baja participación (profesorado, alumnado) en el programa Docencia, se plantea el 'recordatorio' y, en la medida de lo posible, la incentivación; obviamente, el resultado final no es responsabilidad atribuible a la coordinación del máster.
- Respecto al desajuste habido el primer año de implantación (2015-16) número de estudiantes potencialmente admitidos-número de personas realmente matriculadas, la Comisión de coordinación y selección de alumnado plantea facilitar el acceso a un mayor número... posición que no renuncia a una selección con objetivos de adecuación, pero que cabe prever por una mayor (también más adecuada) difusión-conocimiento (esperamos también: reconocimiento, valoración) de la oferta formativa propuesta por el Máster.
- Respecto a la tasa de graduación, a pesar de entender que no significa un resultado 'negativo' la decisión -por parte del alumnado- de ampliar el tiempo de dedicación a la preparación del Máster (múltiples posibles circunstancias personales), prevemos su incremento (tasa de graduación) mediante la reducción de matriculación de estudiantes que no acrediten un nivel adecuado de español.
- La organización del Máster tiene previsto mantener contacto con estudiantes graduados en el título, por lo que previsiblemente podrá realizar, en alguna medida, un seguimiento de su situación laboral (alguna aplicación informática 'ad hoc' puede resultar útil en este sentido, como ayuda para contacto y mantenimiento de comunicación).

	<b>Puntos débiles</b>	<b>Causas</b>	<b>Acciones de mejora</b>	<b>Responsable de su ejecución</b>	<b>Fecha de realización</b>	<b>Realizado/ En Proceso/ No realizado</b>
<b>Estructura y funcionamiento del SGIC</b>	Escasa participación de profesorado y alumnado		Información, recuerdo, orientación de cumplimentación			
<b>Indicadores de resultado</b>	Número de matrículas	Inicio de título, proceso de selección	Facilitación de acceso (en proceso selección)	Comisión de coordinación/selección	Curso 2017-18	
	Tasa de Graduación	Importante porcentaje de alumnado de origen chino (problema idioma)	Exigencia de nivel de idioma en proceso de selección	Comisión de coordinación/selección	Curso 2016-17	
<b>Sistemas para la mejora de la calidad del título</b>						
<b>Tratamiento dado a las recomendaciones de los informes de verificación y seguimiento</b>						
<b>Modificación del plan de estudios</b>						

MEMORIA APROBADA POR LA JUNTA DE CENTRO EL DÍA 28 DE FEBRERO DE 2017