



MEMORIA ANUAL DE SEGUIMIENTO DEL MÁSTER EN COMERCIO ELECTRÓNICO

CURSO 2017-18
FACULTAD DE COMERCIO Y TURISMO

INDICE

INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO	3
ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO DE GRADO/MÁSTER	3
1. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO	3
2. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN DEL TÍTULO	5
3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO	9
4. ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS	10
5. INDICADORES DE RESULTADO	11
6. TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN	14
7. MODIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS	19
8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO	20
9. RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTA DE MEJORA	22

INFORMACIÓN PÚBLICA DEL TÍTULO

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: <https://www.ucm.es/muce>

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

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

ANÁLISIS DE LA IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO EFECTIVO DEL TÍTULO DE GRADO/MÁSTER

Aspectos a valorar:

1. ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO

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.

Al inicio del curso 2017-2018, la composición de la Comisión de Calidad, responsable del SGIC, aprobada por la Junta de Facultad 3/2014 de 19 de mayo era la siguiente:

Nombre	Apellidos	Categoría y/o colectivo
Mercedes	Rodríguez Paredes	Presidenta. Vicedecana de Alumnos y Calidad
Amparo	Carrasco Pradas	Representante PDI
M ^a Ángeles	Gutiérrez Salinero	Representante PDI
Adolfo	Hernández Estrada	Representante PDI
Adolfo	Millán Aguilar	Representante PDI
Ana Isabel	Rosado Cubero	Representante PDI
Fernando	Santander del Amo	Representante resto PDI (Secretario)
Santiago	Ramos Álvarez	Representante PAS
Roberto	Colón Larrea	Representante de alumnos
Paola	Fernández-Mazarambroz	Representante de alumnos
Concepción	García Gómez	Decana (invitada)
Javier	Curiel Díaz	Coordinador del Grado en Turismo (invitado)
Pilar	Gómez Aparicio	Coordinadora del Grado en Comercio (invitada)
Gema	Martínez Navarro	Coordinadora del Doble Grado en Turismo y Comercio (invitada)
Pedro	López Sáez	Coordinador del Máster en Comercio Electrónico (invitado)
Frank	Babinger	Coordinador del Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras (invitado)

Ignacio	Ruiz Guerra	Coordinador del Máster en Planificación y Gestión en Destinos Turísticos (invitado)
Matilde	Fernández-Cid Enríquez	Coordinadora del Máster en Consumo y Comercio (invitada)
Philippe	Gandet	Agente externo Director de la Escuela de Negocios Vatel España

Así mismo, el 25 de abril de 2018 se renuevan los agentes externos, siendo los nuevos miembros Alfonso Castellano y Antonio Santos del Valle. Y el 10 de julio de 2018, Adolfo Hernández Estrada presenta su renuncia como miembro de la Comisión de Calidad. La relación nominal de la composición de la Comisión de Calidad actualizada se encuentra publicada en la web de la Facultad:

<https://comercioyturismo.ucm.es/sistema-de-garantia-interna-de-calidad-sgic>

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

Toda la información sobre las normas de funcionamiento se encuentra publicada en la web de la Facultad:

<https://comercioyturismo.ucm.es/sistema-de-garantia-interna-de-calidad-sgic>

En general, las diferentes comisiones han realizado una gran labor durante el curso 2017-2018 y su actuación ha resultado extremadamente útil para garantizar el correcto desarrollo de los diferentes másteres de la facultad y en particular del Máster en Comercio Electrónico. Sus reuniones, tanto las oficiales como las informales, han permitido ir solventando las diferentes problemáticas surgidas durante el curso, que afortunadamente no han sido de gran entidad. Las decisiones se han tomado prácticamente siempre de forma consensuada tras la exposición de las opiniones de los miembros que, en su caso, han querido expresarlas. Además, la Comisión de Calidad ha sido útil para informar a los coordinadores de los diferentes másteres de todas las novedades provenientes del Rectorado de la UCM que pudieran tener repercusión sobre aquellos.

Tanto por el sistema de comunicación y toma de decisiones, como por su funcionamiento y resultados, cabe considerar que la efectividad del SGIC es adecuada.

1.3.- Periodicidad de las reuniones y acciones emprendidas.

A lo largo del curso 2017-2018 se celebraron un total de seis reuniones de la Comisión de Calidad. A continuación, se indica la fecha de las mismas, los temas tratados en ellas, así como los problemas analizados, acciones de mejora, y acuerdos adoptados.

- Reunión ordinaria 19 de octubre de 2017:

A principios de curso ha habido bastantes cambios en los miembros de la Comisión de Calidad, se agradeció la labor de los miembros que dejaron el cargo a petición propia y se dieron la bienvenida a los nuevos miembros.

A continuación, los Coordinadores de Máster informaron sobre el proceso de admisión y matriculación del curso 2017/2018, comentando que hubo problemas en la gestión de la lista de espera desde el Rectorado, ya que, no se cubrieron la totalidad de las plazas, aunque la lista de espera que los coordinadores enviaron al rectorado era bastante amplia.

Se informó sobre el borrador del informe del Panel de la Fundación Madri+d sobre la evaluación de las cuatro titulaciones revisadas e indicó que se estaba a la espera de recibir los informes provisionales resultantes del mencionado borrador.

- Reunión ordinaria 1 de diciembre de 2017:

Se informó sobre los informes provisionales de la Fundación Madri+d. Los dos Grados tenían además de recomendaciones, modificaciones necesarias que había que tener en cuenta en la presentación de un Plan de Mejoras para obtener el informe favorable.

Los dos Másteres tuvieron un informe favorable, pero había que trabajar en las recomendaciones.

El Vicedecanato de Calidad recibió los cuatro informes y se analizaron en las reuniones de equipo del Decanato, posteriormente, se tuvieron dos reuniones en el Rectorado con la Vicerrectora de Calidad y la Vicerrectora de Estudios en las que se decidió presentar un Plan de Acciones de Mejoras teniendo en cuenta las modificaciones necesarias para los dos Grados, sin realizar ningún tipo de alegaciones.

Respecto a las recomendaciones de las cuatro titulaciones, se tomó la decisión de presentarlas en la Memoria de seguimiento del siguiente curso como aspectos a mejorar.

Se presentó un borrador con el Plan de Acciones de Mejoras elaborado desde el equipo decanal, procediéndose a debatir y analizar los puntos correspondientes a las modificaciones necesarias de los Grados en Comercio y Turismo.

- Reunión ordinaria 21 de diciembre de 2017:

Los Coordinadores de las cuatro titulaciones revisadas expusieron sus propuestas sobre el Plan de Mejoras. En el caso de los estudios de Grado se analizaron por separado las modificaciones necesarias y las recomendaciones recibidas. En el caso de los Másteres sólo se analizaron las recomendaciones puesto que no había ninguna modificación necesaria.

Se abrió un debate para cada titulación cuyos resultados se incluyeron por los Coordinadores en las respectivas memorias de seguimiento del curso 2016-2017.

- Reunión ordinaria 4 de febrero de 2018:

Se ha analizado la propuesta de la incorporación de dos agentes externos nuevos como miembros de la comisión de calidad, uno por el área de Turismo y otro por el área de Comercio.

Se han analizado y debatido los dos aspectos que en la renovación de la acreditación fueron peor valorados: reforzar la figura de los Coordinadores de Asignaturas y la implantación de exámenes únicos, comunes u homogéneos para cada asignatura.

- Reunión ordinaria 25 de abril de 2018:

Se agradeció a los Coordinadores su colaboración en la Feria de Másteres celebrada en la Facultad el 24 de abril.

Se informó sobre la reunión celebrada en el Rectorado con los Coordinadores de los Másteres oficiales acerca del proceso de admisión.

Se ha debatido la propuesta de alegaciones a los informes de seguimiento para poder aprobarla y elevarla a la Oficina de Calidad. Tras un debate sobre las alegaciones se aprobaron una serie de alegaciones prácticamente coincidentes en las cuatro titulaciones objeto de revisión.

- Reunión ordinaria 10 de julio de 2018:

Se informó de que la Oficina de Calidad del Rectorado había enviado los informes de seguimiento definitivos teniendo en cuenta la mayor parte de las alegaciones enviadas.

Se debatieron cada una de las modificaciones en las titulaciones que pasaron la acreditación el anterior curso académico. Algunas de las modificaciones del Grado en Turismo y Comercio estaban incluidas en el Plan de Mejoras aprobado por la Fundación Madri+d como modificaciones necesarias y otras eran consecuencia del análisis en la mejora de la calidad de las titulaciones.

2. ANÁLISIS DE LA ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO DE LOS MECANISMOS DE COORDINACIÓN DEL TÍTULO

Durante el curso 2017-2018 se llevaron a cabo dos reuniones de coordinación para el conjunto del claustro del Máster. A continuación, se indica la fecha de las mismas, los temas tratados en ellas, así como los problemas analizados, acciones de mejora, y acuerdos adoptados.

- Reunión ordinaria 21 de septiembre de 2017:

Se informa del transcurso de la visita del panel de evaluadores de la Fundación Madri+d con motivo de la renovación de la acreditación del título que tuvo lugar del 4 al 6 de julio y se ofrece un resumen de los comentarios realizados por los evaluadores en la audiencia final con los responsables de los títulos de la Facultad.

Se informa de la reducción de la presencialidad en el Máster y la correspondiente propuesta de ajuste de periodos docentes y horarios. Se explica también de la evolución del proceso de selección de estudiantes realizado para el curso 2017-2018.

El coordinador solicita a los profesores el envío de las guías docentes de las asignaturas debidamente actualizadas, así como los currícula nuevos o modificados, para poder actualizar convenientemente la página web del Máster.

Se invita al profesorado al acto de bienvenida para nuevos alumnos, y también al acto de graduación de la promoción 2016-2017.

Se valoran las actuaciones realizadas durante el curso 2016-2017 y los resultados alcanzados por las mismas. Se valora muy positivamente la I Jornada sobre Mejores Prácticas Docentes en Máster de la Facultad de Comercio y Turismo celebrada el 23 de noviembre de 2016 a iniciativa del Máster en Comercio y Turismo y con el respaldo del Vicedecanato de Posgrado e Investigación y el Vicedecanato de Calidad y Alumnos. También se destaca la utilidad que ha podido tener para los alumnos el “Taller de Ideas para trabajos fin de Máster” y el “Seminario sobre Bases de Datos y Recursos de Investigación para el TFM” que impartió el Subdirector de la Biblioteca de la Facultad de Comercio y Turismo.

Se discuten los resultados de la encuesta interna de inserción laboral de egresados, y los de la encuesta interna de evaluación docente correspondientes al curso 2016-2017. Se consideran positivos los datos de la primera, e insuficientes los de la segunda (con entre 3 y 4 respuestas de alumnos por asignatura). Se acuerda abandonar estas encuestas internas para evitar duplicidades con las de Docencia y la Oficina para la Calidad de la UCM.

Se discuten los datos de TFMs presentados en la convocatoria de junio de 2017 (3 estudiantes), concluyendo que se mantienen las dificultades de los estudiantes para presentarse en dicha convocatoria con un trabajo digno. Se espera que la reducción de presencialidad y la correspondiente contracción de los periodos docentes favorezcan la presentación de TFMs en la convocatoria de junio del curso 2017-2018.

Se discuten y aprueban las actuaciones y presupuesto para el curso 2017-2018. Se decide concentrar el presupuesto asignado por el Vicerrectorado de Estudios en la organización de un evento académico sobre comercio electrónico, que permita poner en contacto a estudiantes y egresados con empresas e instituciones del sector.

Se ofrece a todo el profesorado participar en el proyecto de innovación docente sobre “Utilización de las Redes Sociales como parte de las actividades académicas y profesionales de los estudiantes del Máster Universitario en Comercio Electrónico”.

Se acuerda continuar con las actividades complementarias de extensión, y se anima a cualquier profesor a liderarlas, informando al Coordinador de las mismas, y con la condición de que se realicen, como hasta la fecha, sin coste alguno para el Máster.

Se discute la necesidad de favorecer la presencia del MUCE en rankings de titulaciones.

- Reunión ordinaria 20 de julio de 2018:

El coordinador resume las principales cuestiones relativas a horarios, convocatorias y actas para el curso 2018-2019, informa sobre el proceso de admisión de estudiantes para dicho curso, invita al profesorado a asistir a los actos de graduación y bienvenida, explica las decisiones adoptadas por la Comisión Académica del Máster sobre recopilación de TFMs para su inclusión en el repositorio e-Prints Complutense, e informa sobre la posición del MUCE en el Top 100 Eduniversal Best Masters Ranking.

Se discuten los posibles efectos que pueden tener los cambios realizados por la UCM en el proceso de admisión de estudiantes sobre su preparación, motivación y resultados en el próximo curso.

Se valora positivamente la posición 53 del Máster en el TOP 100 EDUNIVERSAL BEST MASTERS RANKING, dentro de la categoría "E-Business and Digital Marketing". Se destaca el hecho de que, entre los másteres españoles recogidos en la citada categoría, ocupa la séptima posición, y de los impartidos por universidades públicas, la segunda posición.

Se revisan y valoran las actuaciones realizadas en el curso 2017-2018 y los resultados alcanzados. Del conjunto amplio de actividades complementarias de extensión se valora especialmente la participación y utilidad del “Laboratorio de Ideas sobre Trabajos Fin de Máster”. En cuanto a la I Jornada sobre Comercio Electrónico de la Facultad de Comercio y Turismo, se considera que la participación de estudiantes y egresados ha sido mucho menor de lo esperado, a pesar del gran esfuerzo realizado en su organización.

Se revisan los datos de TFMs presentados en la convocatoria de junio de 2018 (16 estudiantes). Se concluye que se ha producido una mejora en los resultados respecto al curso anterior, tanto por número de trabajos presentados como por su calidad. En línea con la Comisión Académica del Máster, se señalan como posibles causas de esta mejora un calendario que otorga más tiempo a los estudiantes para el TFM, y la responsabilidad de los tutores a la

hora de otorgar el visto bueno a los trabajos. No obstante, algunos tutores manifiestan que parece generarse cierta tensión a este respecto con los estudiantes con un rendimiento más bajo.

Se muestra y comenta la revisión de la Guía sobre el Trabajo Fin de Máster efectuada por la Comisión Académica.

Se comenta que se retomarán las encuestas de evaluación interna, a pesar de que la Oficina para la Calidad no es partidaria de “duplicar el proceso de encuesta”. Se seguirá el modelo de encuesta de satisfacción con la titulación, y se realizarán las modificaciones necesarias para detectar el grado de cumplimiento de los programas y posibles solapamientos. Se acuerda encuestar a los estudiantes según vayan completando el Máster. Del mismo modo, se realizará la encuesta de satisfacción interna como novedad también entre el profesorado.

Se solicita al profesorado actualizar las guías docentes de sus respectivas asignaturas en GEA-UCMnet y que aquellos que deseen que su currículum vitae se incluya o actualice en la web del Máster, lo envíen directamente al coordinador mediante correo electrónico.

Se realiza un debate para aprobar las actuaciones y presupuestos correspondientes al curso 2018-2019. Entre ellas destacan la posible implantación de un Business Game para la asignatura del TFM, dado el buen resultado que ofrece este en el Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras de la Facultad de Comercio y Turismo.

Se solicitan sugerencias al profesorado de cara a proponer a la Facultad la celebración de otra Jornada sobre Mejores Prácticas Docentes en Máster, así como propuestas de proyectos de innovación docente que se puedan vincular al Máster.

Con el fin de potenciar el uso del inglés entre los estudiantes, se ruega a todo el profesorado que facilite al alumnado información sobre materiales en inglés, certificaciones y actividades de extensión de interés, relacionados con su asignatura o especialidad. Del mismo modo, además de las herramientas que ya se utilizan para la docencia en asignaturas específicas, se solicita información al profesorado sobre las distintas certificaciones existentes en su campo de especialidad, de manera que los estudiantes puedan disponer de esta información como guía para su progreso profesional. Se ruega se tengan en cuenta este tipo de herramientas de cara a proponer actividades complementarias de extensión.

Se debaten cuatro propuestas a las que dedicar el presupuesto: 1) la organización de una II Jornada sobre Comercio Electrónico de la Facultad de Comercio y Turismo; 2) la remuneración a los profesionales que participen en las actividades complementarias de extensión; 3) la elaboración de materiales digitales para la docencia, como vídeos de algunos contenidos de las asignaturas o de las actividades de extensión realizadas; y 4) explorar las posibilidades de internacionalización de la docencia estrechando relaciones con otras universidades que tengan títulos similares. Tras debatir estas propuestas, se acuerda que la organización de una II Jornada sobre Comercio Electrónico de la Facultad de Comercio y Turismo sea la línea prioritaria, por su elevado impacto potencial para el alumnado y el conjunto del Máster. Se hace hincapié en que la programación de la Jornada sea de una tarde durante el periodo de docencia, preferentemente en horario lectivo en lugar de los viernes, para lograr la máxima presencia posible de estudiantes.

Por su parte, la Comisión Académica del Máster se reunió en cinco ocasiones.

- Reunión ordinaria 18 de diciembre de 2017:

El coordinador informa de la inclusión del Máster en el “Eduniversal Best Masters Ranking”, del proceso de selección de alumnos, de los resultados de los Trabajos Fin de Máster (TFM) del curso 2016-2017, y del conjunto de seminarios y actividades de extensión celebradas y planificadas hasta ese momento para el curso 2017-2018. En cuanto a las actividades de extensión, se ha detectado una asistencia reducida del alumnado a las mismas, por lo que se valorará cómo incentivar su participación.

Se discute a fondo el informe provisional de renovación de la acreditación del título y su contenido, haciendo especial hincapié en sus recomendaciones, de cara a desarrollar el correspondiente plan de mejoras. Las propuestas de mejora realizadas en la reunión se trasladarán a la Comisión de Calidad de la Facultad, para su ratificación o modificación.

Se comienza con la organización de la Jornada sobre Comercio Electrónico, propuestas de ponentes o empresas para participar en ella, posibles fechas, salas y horarios.

Se abordan distintas cuestiones relacionadas con la organización de los Trabajos Fin de Máster, como la sesión del “Laboratorio de Ideas”, en evolución desde el taller celebrado el curso anterior, la necesidad de elaborar una guía docente para la asignatura, y posibles modificaciones de la Guía sobre el TFM.

Se acuerda que el coordinador informe a todos los tutores de la importancia que tiene un apropiado nivel de exigencia durante el proceso de tutoría, haciendo hincapié en que el visto bueno sólo se debería conceder a aquellos trabajos que muestren una calidad apropiada para su presentación y defensa ante el Tribunal.

Se somete a consideración la conveniencia de utilizar una rúbrica para la evaluación de los TFMs, lo cual se rechaza en votación.

- Reunión ordinaria 2 de febrero de 2018:

Se informa sobre la elaboración de la Memoria Anual de Seguimiento del Título y del inicio del proceso de selección de candidaturas de admisión de estudiantes, rogando la participación de los miembros de la Comisión en el proceso, realizando entrevistas personales.

Se aprueban las solicitudes de cambio de tutor presentadas por estudiantes que han rematriculado la asignatura del TFM. Intentando respetar las preferencias manifestadas por los estudiantes, así como mantener un reparto proporcional de la carga de trabajo entre el claustro, se realiza la asignación de tutores para los TFMs matriculados por primera vez en el curso 2017-2018. Finalmente, se procede a la fijación de fechas, horarios y Tribunales para la presentación y defensa del TFM del curso 2017-2018.

- Reunión ordinaria 21 de marzo de 2018:

El coordinador informa a la Comisión de los siguientes asuntos: a) conclusión del proceso de renovación de la acreditación del título; b) proceso de admisión de estudiantes para el curso 2018-2019 (febrero-marzo); c) actividades de extensión y acto de graduación; y d) recopilación de TFMs para su inclusión en el repositorio E-Prints Complutense.

Se acuerda la modificación del calendario de exámenes de la convocatoria septiembre del curso 2017-2018 con motivo de la transición en el calendario oficial de exámenes solicitada por la Secretaria Académica de la Facultad y el Vicedecanato de Estudios y Calidad.

Se discuten sugerencias de modificación de la Memoria Verificada consideradas convenientes para el Máster, aprobando la modificación de los requisitos de acceso y criterios de admisión (punto 4 de la Memoria). Esta solicitud de modificación se tramitará ante la Comisión de Calidad y la Junta de Facultad del centro.

Se elabora propuesta de horarios para el curso 2018-2019 a petición del Vicedecanato de Política Académica, Profesorado y Estudiantes.

- Reunión extraordinaria 3 de julio de 2018:

Se aborda un único punto en el orden del día: la elaboración de informe solicitado por la Defensora Universitaria en relación una reclamación interpuesta por una estudiante del Máster por discrepancias con su tutor, dada la negativa del mismo para emitir informe de visto bueno para su trabajo. En la reunión se elabora un borrador del informe solicitado, que tras modificaciones posteriores por distintos miembros de la Comisión Académica, será remitido por el coordinador a la Defensora Universitaria de la UCM.

- Reunión ordinaria 17 de julio de 2018:

El coordinador informa de los siguientes asuntos: a) informe elaborado para la Defensora Universitaria; b) proceso de admisión de estudiantes; c) actividades de extensión y actos de graduación y bienvenida; d) resultados de los TFMs de la convocatoria de junio de 2018; y e) recopilación de TFMs para su inclusión en el repositorio E-Prints Complutense.

Se tramitan las solicitudes de cambio de tutor de TFM recibidas.

Tras una revisión pormenorizada del borrador de Guía sobre el Trabajo Fin de Máster remitido a la Comisión con anterioridad por parte del coordinador, y con debate en profundidad de algunos aspectos, se aprueba el documento definitivo y actualizado.

En los ruegos y preguntas, se propone estudiar la implantación de un 'Business Game' para la asignatura del TFM, dado el buen resultado que ofrece este en el Máster en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras de la Facultad de Comercio y Turismo. La Comisión acuerda que se evalúe su posible implantación a lo largo del curso 2018-2019, y se traslade la propuesta a la próxima reunión de coordinación.

Por lo que se deduce de las cuestiones tratadas y acuerdos adoptados en las reuniones de coordinación y en las reuniones de la Comisión Académica del Máster, la organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación del título son excelentes. La Comisión Académica realiza la toma de decisiones operativa del Máster, actuando de manera ágil y coordinada con los Vicedecanatos que lo requieren u otros órganos de la UCM, como la

Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo o la Defensora Universitaria. En sus reuniones se han podido recibir sugerencias de mejora de la calidad del título, que posteriormente se han transmitido y valorado de forma mayoritaria en las reuniones de coordinación con todo el profesorado. Como ejemplo destacamos la posible inclusión de un software de simulación tipo 'business game' para los TFMs, tal y como recogía la memoria verificada del título originalmente. Este aspecto nace del turno de ruegos y preguntas en una reunión de la Comisión Académica, y se incluye en el plan de mejora para el curso 2018-2019 que puede encontrarse en la sección 9.2 de esta memoria.

3. ANÁLISIS DEL PERSONAL ACADÉMICO

De acuerdo con los datos proporcionados por el Centro de Inteligencia Institucional de la UCM, a través del Sistema Integrado de Datos Institucionales (SIDI), la estructura del personal académico del título muestra que un 25% es funcionario, y el 75% están contratados en régimen laboral. De este 75%, un 41,7% son Profesores Asociados, especialistas de reconocida competencia en la materia para la que son contratados. Estos imparten docencia relacionada con su actividad profesional. En total, el 43,5% de los créditos del Máster en Comercio Electrónico se imparten por profesionales especialistas, lo que resulta altamente apropiado para un título de carácter profesionalizante.

El 56,5% restante de los créditos del título se imparte por profesores con dedicación exclusiva a la Universidad, con figuras contractuales que exigen el grado de doctor y competencia investigadora por su previa acreditación. A pesar de tratarse de un título que no se orienta necesariamente hacia la vertiente investigadora, la estructura del personal académico del Máster en Comercio Electrónico reúne 6 sexenios de investigación, cuando la de la Facultad de Comercio y Turismo alcanza un total de 9 sexenios. Por tanto, cabe considerar que la competencia investigadora es también elevada en el caso de este título.

ESTRUCTURA DEL PERSONAL ACADÉMICO DEL TÍTULO

Categoría	Personas	% de Personas	Créditos Impartidos	% de Créditos Impartidos	Sexenios
Asociado	10	41,7%	24,80	43,5%	0
Ayudante Doctor	2	8,3%	5,55	9,7%	0
Catedrático de Escuela Universitaria	2	8,3%	4,50	7,9%	0
Colaborador	2	8,3%	7,90	13,9%	1
Contratado Doctor	2	8,3%	3,10	5,4%	2
Contratado Doctor Interino	2	8,3%	0,60	1,1%	0
Titular de Universidad	3	12,5%	6,25	11,0%	3
Titular de Universidad Interino	1	4,2%	4,30	7,5%	0

En cuanto a la solicitud de participación, por parte del profesorado del título, en el Programa Docencia, durante el curso 2017-2018 esta descendió al 50% desde del máximo histórico del 73,33% alcanzado en el curso 2016-2017 (indicador IUCM-6). Cabe considerar la tasa de participación como satisfactoria. No obstante, sólo el 18,75% del profesorado del título (indicador IUCM-7) ha podido completar dicha evaluación. La participación de los estudiantes en las encuestas de evaluación resulta fundamental para completar la evaluación en este caso. Consideramos esta tasa como escasa, especialmente cuando desciende del 33,33% conseguido en el curso 2016-2017. Consideramos importante que se alcance una tasa representativa de profesores evaluados. No obstante, con los datos disponibles, el 100% del profesorado que completó el proceso de evaluación en el curso 2017-2018 lo hizo de forma positiva, tal y como venía sucediendo en los dos cursos anteriores (indicador IUCM-8).

	Curso de acreditación 2015/16	1º curso de seguimiento 2016/17	2º curso de seguimiento 2017/18
IUCM-6 Tasa de participación en el Programa de Evaluación Docente	26,67%	73,33%	50%
IUCM-7 Tasa de evaluaciones en el Programa de Evaluación Docente	13,33%	33,33%	18,75%
IUCM-8 Tasa de evaluaciones positivas del profesorado	100%	100%	100%

4. ANÁLISIS DEL FUNCIONAMIENTO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS

El sistema de quejas y sugerencias se articula de acuerdo a cuatro cauces:

- Verbalmente o por correo electrónico ante el coordinador del Máster. Suelen ser en su mayoría cuestiones de carácter operativo, relativas a actividades docentes o de extensión principalmente (recuperaciones de clases, cambios en horarios, etc.). Se tratan de manera rápida y ágil, salvo que por su naturaleza requieran de la intervención de otro órgano específico (por ejemplo, la Comisión Académica del Máster, alguna Dirección de Departamento, Vicedecanatos...). En estos casos, el coordinador recomienda utilizar el resto de cauces, facilitando a la persona que la plantea el contacto necesario (revisión de exámenes y calificaciones, sugerencias sobre modificación de contenidos y sistemas de evaluación...).
- A través de un sistema electrónico disponible tanto en la página web del Máster como en la de la Facultad de Comercio y Turismo (<https://comercioyturismo.ucm.es/sugerencia-y-quejas>).
- Por escrito, presentadas en la Secretaría de Alumnos. Suponen un porcentaje pequeño de las presentadas y se refieren generalmente a temas que afectan a todo el centro, como por ejemplo las aulas informáticas. Dichas reclamaciones se gestionan directamente a través de la Vicedecana de Alumnos y se responde por escrito a quien las realiza.
- Directamente ante el Decanato o Vicedecanato competente. En este caso se gestionan dando respuesta al alumno, si es posible, o enviándolas al Departamento al que pertenece el profesor para su resolución, principalmente cuando el alumno no está de acuerdo con la calificación recibida en alguna asignatura. Por ejemplo, en el caso de disconformidad con calificaciones de TFM se ha puesto en marcha la Comisión de Reclamaciones de la Facultad. Tanto este cauce como los dos anteriores pueden tener una resolución más o menos dilatada dependiendo de la complejidad que tenga la cuestión a tratar, y de los organismos implicados que requieran consulta y participación en la respuesta.

En todo caso, los alumnos son poco propensos a utilizar los cauces más formales del sistema de quejas y reclamaciones y generalmente evitan formalizar las quejas y sugerencias. Según los datos de la encuesta de satisfacción de estudiantes, en el curso 2017-2018 el 90% de los encuestados declara no conocer los canales de quejas y sugerencias, y sólo un 10% reconoce haber realizado alguna. Esta información contrasta significativamente con la cantidad de correos recibidos y contestados por el coordinador a lo largo del curso, e incluso con las quejas formuladas ante el Vicedecanato de Política Académica, Profesorado y Estudiantes de la Facultad de Comercio y Turismo.

Los asuntos de mayor relevancia, tramitados por el coordinador del Máster, la Comisión Académica, el Decanato de la Facultad de Comercio y Turismo e incluso la Defensora Universitaria en relación al Máster en Comercio Electrónico durante el curso 2017-2018 fueron siempre relativos a los Trabajos Fin de Máster. En consecuencia, y de cara a la mejora de la titulación, la Comisión Académica del Máster llevó a cabo modificaciones de la Guía sobre el TFM a aplicar en el curso 2018-2019.

A pesar de los datos sobre desconocimiento y escaso uso del sistema de quejas y sugerencias, consideramos que el sistema es correcto, ofrece las adecuadas garantías, y funciona correctamente, por lo que no parece necesario introducir modificación alguna en el mismo. El adecuado funcionamiento del sistema de quejas y sugerencias queda

demostrado en las comunicaciones realizadas a todas las personas que han hecho uso del mismo a lo largo del curso, y que han recibido respuesta desde diversos organismos del título, de la Facultad de Comercio y Turismo y de la UCM. Por ejemplo, en los casos referidos anteriormente sobre los TFM, se han producido flujos de comunicación multidireccionales entre tutores de TFM, alumnos, coordinación del Máster, Comisión Académica, Decanato y la Defensora Universitaria de la UCM. Así mismo, se han elaborado informes y emitido respuestas razonadas para los usuarios del sistema de quejas y sugerencias.

5. 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.

5.1 Indicadores académicos y análisis de los mismos

Desde la implantación inicial del título, se han ofertado 35 plazas de nuevo ingreso, manteniendo la cifra establecida por la memoria verificada. En consecuencia, en los cursos académicos 2015-2016, 2016-2017 y 2017-2018, el número de plazas de nuevo ingreso ofertadas (Indicador ICM-1) se mantuvo constante en 35 plazas.

La matrícula de nuevo ingreso (Indicador ICM-2) fue de 19 estudiantes en el curso 2015-2016, de 29 en el curso 2016-2017, y de 30 en el curso 2017-2018, lo que supuso un porcentaje de cobertura de las plazas ofertadas (Indicador ICM-3) del 54,29%, 82,86% y 85,71% respectivamente.

El mantenimiento del procedimiento de solicitud de acceso a estudios de Máster por parte de la UCM durante los últimos dos cursos académicos parece haber hecho que estas cifras se mantengan relativamente estables, al igual que la tasa de demanda del Máster (Indicador IUCM-5), que descendió ligeramente desde el 705,71% del curso 2016-2017 al 685,71%. No es especialmente complicado lograr solicitudes adecuadas al título dado que se sigue contando con casi 7 solicitudes por plaza disponible.

Para la tasa de rendimiento del título (Indicador ICM-4), la memoria verificada establecía unas expectativas superiores al 90%. Esta tasa informa anualmente de la proporción de créditos ordinarios superados por los estudiantes con respecto a los créditos ordinarios matriculados. Esta tasa fue del 93,77% en el curso 2015-2016 y del 93,45% en el curso 2016-2017, sufriendo un ligero descenso hasta el 90,67% en el curso 2017-2018. Dado que la cifra está por encima de lo esperado por la memoria verificada del título y no es un descenso pronunciado, consideramos que la evolución del Máster en este aspecto, es satisfactoria.

Para la tasa de abandono del título (Indicador ICM-5.1/6.1), en la memoria verificada se fijaba un nivel esperado del 15%. En los cursos 2015-2016 y 2016-2017 la tasa de abandono fue del 5,26%, muy por debajo de la establecida como nivel crítico en la memoria verificada, manteniéndose además estable. En el curso 2017-2018 se produce una mejora incluso, llegando al 3,45%. Como ya sucediera en cursos anteriores, consideramos que esta es una de las principales fortalezas del título, fruto del intenso trabajo dedicado a que los estudiantes no abandonen el título, generalmente al afrontar el desarrollo del Trabajo Fin de Máster (TFM) y tener que compatibilizarlo con las prácticas en empresa o su labor profesional. Lo mismo sucede con la tasa de eficiencia de los egresados (Indicador ICM-7), que informa sobre la diferencia entre el número de créditos efectivamente matriculados por los graduados con respecto a los créditos realmente superados para poder graduarse. La memoria verificada planteaba como adecuada una tasa de eficiencia del 80%, si bien a lo largo de los últimos tres cursos esta se ha mantenido estable en el entorno del 96%, considerablemente por encima de lo esperado.

La memoria de verificación establecía una tasa de graduación (Indicador ICM-8) esperada del 70%. Este indicador aporta información anual sobre la proporción de estudiantes que consiguen finalizar en el tiempo previsto más un año el Máster con respecto a los estudiantes matriculados inicialmente. Este indicador muestra un retardo de un curso en su cálculo, pues requiere que haya pasado un año tras el de primera matriculación para poder calcularse. Así, se ofrece para los cursos 2015-2016 y 2016-2017, manteniéndose estable en el 93,33%, y encontrándose muy por encima de lo previsto.

La memoria de verificación establecía una tasa de éxito (Indicador IUCM-1) esperada superior al 95%. Este indicador representa la 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 presentados por los mismos. En el curso 2015-2016 la tasa de éxito fue del 99% y aunque a lo largo de los cursos 2016-2017 y 2017-2018 ha descendido ligeramente al 98,55% y 97,10%, sigue estando por encima del valor establecido como deseable en la memoria de verificación. Por tanto, consideramos este resultado y su evolución como favorables.

INDICADORES DE RESULTADOS

<small>*ICM- Indicadores de la Comunidad de Madrid *IUCM- Indicadores de la Universidad Complutense de Madrid</small>	Curso de acreditación 2015/16	1º curso de seguimiento 2016/17	2º curso de seguimiento 2017/18
ICM-1 Plazas de nuevo ingreso ofertadas	35	35	35
ICM-2 Matrícula de nuevo ingreso	19	29	30
ICM-3 Porcentaje de cobertura	54,29%	82,86%	85,71%
ICM-4 Tasa de rendimiento del título	93,77%	93,45%	90,67%
ICM-5.1/6.1 Tasa de abandono-del título	5,26%	5,26%	3,45%
ICM-7 Tasa de eficiencia de los egresados	95,48%	96,69%	96,02%
ICM-8 Tasa de graduación	93,33%	93,33%	NA
IUCM-1 Tasa de éxito	99%	98,55%	97,10%
IUCM-2 Tasa de demanda del grado en primera opción	NA	NA	NA
IUCM-3 Tasa de demanda del grado en segunda y sucesivas opciones	NA	NA	NA
ICUM-4 Tasa de adecuación del grado	NA	NA	NA
IUCM-5 Tasa de demanda del máster	1.280%	705,71%	685,71%
IUCM-16 Tasa de evaluación del título	-	94,83%	93,38%

5.2 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).

Para el análisis de la satisfacción de los colectivos implicados en el título se comentarán en profundidad los resultados de los indicadores de satisfacción de alumnos con el título (Indicador IUCM-13), satisfacción del profesorado con el título (Indicador IUCM-14), y satisfacción del PAS del Centro (Indicador ICUM-15).

Según las encuestas de satisfacción de estudiantes, la satisfacción global con la titulación ha sido insuficiente. En concreto, en el curso 2015-2016 fue de 4,4 sobre 10, descendiendo a 3,23 y 3,5 en los cursos 2016-2017 y 2017-2018. La representatividad de este dato podría considerarse adecuada desde el punto de vista de las tasas de respuesta a las encuestas alcanzadas (superior al 30% en los dos últimos cursos). No obstante, es necesario realizar

un análisis más detallado, dado que las respuestas para los ítems de esta encuesta muestran una gran variabilidad, con desviaciones típicas muy elevadas.

De cara a contextualizar estos resultados para el curso 2017-2018, es importante destacar que en las respuestas de los 10 alumnos que contestaron a la encuesta, la desviación típica en cuanto a satisfacción global es de 2,68. Así mismo, aquellos que trabajan de forma continuada muestran una satisfacción media de 5,7 y los que ni trabajan ni hacen prácticas una satisfacción media de 1. Los estudiantes que tienen un trabajo relacionado con la titulación muestran una satisfacción media de 5,7, cercana a su satisfacción con la UCM, que es de 6,7 sobre 10. En el caso de los alumnos que no están inscritos en la OPE la satisfacción media asciende hasta 7,5. Como ya se informó en cursos anteriores, parece que la satisfacción con la titulación es muy diferente dependiendo del perfil concreto de cada estudiante y de su vinculación con el mundo profesional específico del comercio electrónico. Además, de los cuatro másteres que se imparten en la Facultad de Comercio y Turismo, los estudiantes del MUCE parecen ser los más exigentes, pues son los que expresan una menor satisfacción con la UCM, la cual es una pregunta común para todas las titulaciones.

Prácticamente la totalidad de ítems de la encuesta de satisfacción de estudiantes muestra una enorme dispersión. Esto hace complicado identificar defectos concretos y mucho más poder desarrollar acciones de mejora específicas, máxime cuando estas respuestas tampoco son congruentes con otras fuentes de información. Por ejemplo, a la hora de valorar la satisfacción con la labor docente de los profesores, un 10% de estudiantes la califica de 9 sobre 10, un 10% de 7, un 20% de 6 y otro 20% de 5. Sin embargo, la respuesta de 4 alumnos, uno de los cuales califica de 0, otro de 1 y otro de 2, lleva la media a un 4,30 sobre 10. Hay que recordar que el 100% de los profesores del Máster que completaron su evaluación docente mediante el sistema Docentia lo hicieron de forma positiva. A la hora de valorar como apropiado el nivel de dificultad de la titulación, las respuestas oscilan entre el 2 y el 10 sobre 10, con una media de 4,80. Sin embargo, como mostraba la tasa de eficiencia de los egresados (Indicador ICM-7), los estudiantes superan el 96% de los créditos que matriculan. A la hora de valorar si la formación recibida posibilita el acceso al mundo laboral, las respuestas de los estudiantes oscilan entre el 1 y el 9 sobre 10, con una media de 3,50. No obstante, el 60% de los tutores de prácticas de la empresa se ha planteado la posibilidad de contratar al estudiante tras las prácticas, y el 95% tendrá en cuenta su candidatura en futuros procesos de selección. En cuanto a las posibles causas de los resultados obtenidos se podría apuntar a la diversidad de perfiles de los alumnos que cursan el Máster, en cuanto a experiencia profesional, estudios desde los que acceden, universidades y países de origen, etc.

Se aprecia que hay alumnos satisfechos, altamente satisfechos, pero también alumnos muy descontentos con el título. En conjunto, parece que el problema de expectativas por parte del alumnado detectado en el curso 2016-2017 se ha mantenido en el curso 2017-2018. Y esto se produce a pesar de los esfuerzos de coordinación y profesorado por aclarar que el título se orienta a la formación integral del profesional del comercio electrónico, lo que contempla todos los aspectos de este tipo de negocio, y que la duración de un único curso académico impide centrarse en herramientas concretas con profundidad. A la vista de esto, consideramos que la dificultad para lograr niveles adecuados de satisfacción del alumnado es una de las principales debilidades del título.

En las encuestas de satisfacción del PDI, en el curso 2017-2018 sólo participaron tres profesores, por lo que pueden no ser muy representativas en cuanto a tasa de respuesta. No obstante, esta cifra mejora la única respuesta que se obtuvo en el curso 2015-2016, si bien está por debajo de la participación de 7 profesores alcanzada en el curso 2016-2017. Si en dicho curso se alcanzó una satisfacción global con la titulación de 9,14 sobre 10 para este colectivo, en el curso 2017-2018 se ha mejorado aún más esta valoración, alcanzando el 10 sobre 10. Se trata de la máxima satisfacción, no sólo en la escala, sino entre todos los Másteres que se imparten en la Facultad de Comercio y Turismo. También se encuentra sensiblemente por encima de la satisfacción media con la titulación que muestra el profesorado de dicha Facultad (8,3) y de toda la UCM (7,8). A diferencia de lo que sucedía con los estudiantes, esta valoración es consistente independientemente de la antigüedad del profesorado en la UCM o de su categoría docente, y las desviaciones típicas son en su mayoría muy reducidas o incluso nulas en muchas ocasiones. A pesar de la insatisfacción que mostraban los alumnos, los profesores se muestran enormemente satisfechos con los resultados alcanzados por los estudiantes (9,33 sobre 10). La práctica totalidad de los ítems de esta encuesta logran valores superiores al 8,5 sobre 10. Sólo la orientación internacional de la titulación (8 sobre 10), la relación calidad-precio (8,33 sobre 10), la oferta y desarrollo de prácticas externas (8 sobre 10), la gestión de los procesos administrativos comunes (7,5 sobre 10), la organización de los horarios docentes (7,67 sobre 10), y el aprovechamiento de las tutorías por parte de los alumnos (6,67 sobre 10) se encuentran por debajo de dicho valor,

pero alcanzando también cotas muy satisfactorias. A partir de estos resultados y los del curso anterior, destacamos la satisfacción del PDI con el título como una de sus principales fortalezas.

Durante el curso 2017-2018, la satisfacción global del PAS de la Facultad de Comercio y Turismo con su trabajo fue de 7,7 sobre 10, ascendiendo desde el 7,14 del curso anterior. No obstante, sólo 3 personas de este colectivo respondieron a la encuesta de satisfacción por lo que la representatividad puede ser limitada. Además, la desviación típica es muy elevada en la mayoría de ítems de la encuesta. La cifra media de satisfacción con el trabajo supera ligeramente a la del PAS en el conjunto de la UCM (7,4). Entre los aspectos que pueden considerarse más fiables (menor desviación típica) y que resultan especialmente positivos cabe destacar: la relación con los compañeros de servicio (9,67 sobre 10), la seguridad de las instalaciones (8), la recomendación de las titulaciones (7,5), la satisfacción con los espacios de trabajo (7,67), con los recursos materiales y tecnológicos (7,33), la organización del trabajo en la unidad (7), y la relación con el alumnado (6 sobre 10). Elementos neutrales y fiables serían: el tamaño de la plantilla existente (5,33), la adecuación de sus conocimientos y habilidades al trabajo (5), y la relación de su formación con sus tareas (5). Como posibles aspectos de mejora destacamos el plan de formación del PAS (4,5), y los servicios de riesgos laborales (4,5).

	Curso de acreditación 2015/16	1º curso de seguimiento 2016/17	2º curso de seguimiento 2017/18
IUCM-13 Satisfacción de alumnos con el título	4,4	3,23	3,5
IUCM-14 Satisfacción del profesorado con el título	4*	9,14	10
IUCM-15 Satisfacción del PAS del Centro	7,5	7,14	7,7

5.3 Análisis de los resultados de la inserción laboral de los egresados y de su satisfacción con la formación recibida.

Según los datos facilitados por el Vicerrectorado de Calidad de la UCM, correspondientes a estudiantes egresados en 2015, y recogidos a los 24 meses de su graduación, la tasa de estudiantes con empleo (en %) para los estudiantes de Máster de la Facultad de Comercio y Turismo es del 100%.

En principio este dato puede considerarse como altamente positivo. No obstante, la muestra que respondió a las encuestas supone un 17% del total de egresados, y la distribución por facultades y titulaciones no fue homogénea, existiendo titulaciones de las que no existen datos disponibles. Por tanto, lo más prudente es tomar esta información con cautela.

5.4 Análisis de la calidad de los programas de movilidad.

Durante el curso 2017-2018 se recibió un estudiante visitante a través del programa Erasmus + K103. El seguimiento de su estancia se realizó de manera individualizada por parte de la coordinación en colaboración con el Vicedecanato de Relaciones Internacionales y Gestión Económica, sin observarse ningún problema o dificultad.

5.5 Análisis de la calidad de las prácticas externas.

En el Máster en Comercio Electrónico la realización de 6 créditos de prácticas externas es obligatoria, si bien puede haber estudiantes que las convaliden por experiencia profesional o por prácticas extracurriculares. Al tratarse de un título que tiene por finalidad la formación de profesionales altamente cualificados para crear y dirigir negocios

de comercio electrónico, el contacto directo con las empresas que proporcionan las prácticas es un indicador clave del éxito del programa formativo. Durante el curso 2017-2018 un total de 21 alumnos completaron sus prácticas en empresa y rellenaron el correspondiente cuestionario.

A la hora de valorar su grado de satisfacción general con las prácticas realizadas, el 57,14% de los estudiantes se declaran “totalmente satisfechos”, un 33,33% “muy satisfechos” y un 9,52% “bastante satisfechos”. El 90,48% de los estudiantes volvería a realizar las prácticas en la misma empresa. El 80,95% amplió las prácticas al finalizar el periodo curricular y un 9,52% fue contratado por la empresa (con contrato laboral). El 100% valora la acogida por parte de la empresa con un 5 sobre 5. También el 100% de los estudiantes declara que el periodo, jornada y horario fueron los pactados, y que la empresa ha facilitado el cumplimiento de sus obligaciones académicas.

Sobre la aplicación de los conocimientos adquiridos en el Máster en las prácticas, los estudiantes ofrecen una respuesta media de 4,29 en una escala de 1 a 5, donde 5 representa el valor máximo. En cuanto a la cuestión: en qué medida la formación recibida en el Máster ha preparado al alumno para la realización de las prácticas el valor medio es de 4 (escala 1-5), y en la relación entre las competencias adquiridas en el Máster y las prácticas la puntuación media asciende a 4,1 (escala 1-5). Estos datos resultan contradictorios con los ofrecidos por las encuestas de satisfacción de alumnos con el título. Respecto a la consideración de las prácticas como un complemento en su formación, los estudiantes hacen una valoración media de 4,86 en la escala de 1 a 5, y sobre si las prácticas han favorecido la adquisición de conocimientos y el desarrollo de competencias para el ejercicio profesional la puntuación media asciende a 4,57.

En cuanto a la consideración de si las prácticas han aportado valor a su currículum vitae, los estudiantes han hecho una valoración media de 4,62 en una escala 1-5, de 4,38 sobre si las prácticas les han permitido establecer contactos y vínculos profesionales, y de 4,42 sobre si las prácticas han mejorado sus posibilidades de inserción laboral.

En las encuestas completadas por la entidad en la que se han realizado las prácticas se recibieron un total de 20 respuestas. Un 50% de las mismas calificaría numéricamente (de 0 a 10) la práctica realizada con un 9-10, un 25% con un 8-9, un 10% con un 7-8, y un 15% con un 6-7. El 95% de las entidades aceptaría seguir recibiendo estudiantes de nuestra Facultad, un 60% se ha planteado contratar al estudiante tras finalizar el periodo de prácticas, y el 95% tendría en cuenta su candidatura para futuros procesos de selección.

A la hora de valorar si la formación del estudiante era adecuada para las prácticas, la puntuación alcanzada es de 4,4 en una escala 1-5, y en términos generales, la satisfacción con la práctica del estudiante fue de 4,65. En cuanto a si se han cumplido las expectativas previstas al ofertar la práctica, se alcanzó también un valor de 4,65.

Las entidades evalúan también en su cuestionario distintas competencias y habilidades de los estudiantes que realizan las prácticas. En concreto, para el curso 2017-2018, los estudiantes del Máster en Comercio Electrónico en prácticas mostraron, en una escala 1-5, una media de 4,65 en su relación con el entorno laboral, de 4,55 en cuanto a capacidad de aprendizaje, y de 4,5 en capacidad de trabajo en equipo, adaptación, implicación, y sentido de la responsabilidad. Les siguen de cerca las puntuaciones obtenidas en capacidades de comunicación oral y escrita (4,45), capacidad de organización y planificación, de reflexión analítica y crítica, y de trabajo y constancia (las tres con un 4,4). Los aspectos en los que se obtienen puntuaciones más bajas son en disciplina y esfuerzo (4,35), creatividad e iniciativa (4,25) y capacidad técnica (4,2). No obstante, incluso estas puntuaciones son considerablemente elevadas. De hecho, la más baja, sobre capacidad técnica, si se llevara a porcentaje supondría un 80%.

Comparando las encuestas de entidades y estudiantes, se observa que estos últimos son más exigentes a la hora de valorar su preparación, algo que también se apreciaba también en las encuestas de satisfacción. En este caso, por ejemplo, si comparamos la valoración que hacen los alumnos sobre si la formación recibida en el Máster les ha preparado para la realización de las prácticas, y lo expresamos en porcentaje, el valor sería del 75%, mientras que si consideramos del mismo modo la valoración de las entidades sobre si la formación de los alumnos era adecuada para las prácticas, esta ascendería al 85%.

No obstante, a la vista del conjunto de indicadores comentados, consideramos que las prácticas muestran un elevado grado de calidad y constituyen una fortaleza importante de título, especialmente en el caso del Máster en Comercio Electrónico, que tiene un carácter profesionalizante.

6. TRATAMIENTO DADO A LAS RECOMENDACIONES DE LOS INFORMES DE VERIFICACIÓN, SEGUIMIENTO Y RENOVACIÓN DE LA ACREDITACIÓN.

6.1 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el Informe de Evaluación de la Solicitud de Verificación del Título, realizado por la Agencia externa.

No procede.

6.2 Se han realizado las acciones necesarias para corregir las Advertencias y las Recomendaciones establecidas en el último Informe de Seguimiento del Título realizado por la Agencia externa.

No procede.

6.3 Se han realizado las acciones necesarias para llevar a cabo las recomendaciones establecidas en el último Informe de Seguimiento del Título, realizado por la Oficina para la Calidad de la UCM, para la mejora del Título.

A continuación, se indican las recomendaciones recibidas en el último Informe de Seguimiento y las acciones realizadas para incorporarlas.

- Recomendación: actualizar las guías docentes. Acciones realizadas: El coordinador ha requerido a los profesores y coordinadores de asignaturas que revisen las guías docentes en profundidad y las actualicen en GEA-UCMnet. Se ha eliminado la inclusión de fichas con formato propio en la web del Máster, ofreciendo enlace directo a las fichas de GEA-UCMnet.

- Recomendación: actualizar la composición de la Comisión de Calidad publicada en la Web. Acciones realizadas: el Vicedecanato de Estudios y Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo ha actualizado la composición de la Comisión de Calidad y está disponible en la página web (<https://comercioyturismo.ucm.es/sistema-de-garantia-interna-de-calidad-sgic>).

- Recomendación: indicar en la memoria de seguimiento si la relación nominal de la Comisión de Calidad sigue siendo la misma que la aprobada en mayo en 2014. Acciones realizadas: en el apartado 1.1 de la presente memoria puede comprobarse la relación nominal de la Comisión de Calidad y sus posteriores modificaciones.

- Recomendación: realizar un análisis sobre la efectividad del SGIC adoptado. Acciones realizadas: Puede obtenerse información sobre la efectividad del SGIC en el apartado 1 de esta memoria, y especialmente en el subapartado 1.2.

- Recomendación: Indicar el número total de profesores de cada categoría en el Máster, y no solo porcentajes, así como el porcentaje de docencia que imparte cada categoría. Acciones realizadas: actualmente la web del Máster recoge esta información de acuerdo a lo solicitado, como puede comprobarse en el siguiente enlace: <https://www.ucm.es/muce/estructura-y-categorias-del-profesorado>

- Recomendación: Se recomienda indicar el número de respuestas de alumnos y tutores recibidas en las encuestas sobre prácticas en empresa para poder conocer su validez estadística. Acciones realizadas: como se puede comprobar en el apartado 5.5 de la presente memoria, se han incluido estas cifras.

- Recomendación: realizar un análisis del tipo de quejas y reclamaciones presentadas relativas al título, e indicar si han conducido a alguna mejora en el mismo. Acciones realizadas: como se puede apreciar en el apartado 4 de esta memoria, se ha incluido información al respecto.

- Recomendación: tener en cuenta para la siguiente memoria las propuestas y acciones planteadas al Informe final de la renovación de la acreditación. Acciones realizadas: Esta cuestión se aborda detenidamente en el apartado 6.5 de la presente memoria.

- Recomendación: incluir los puntos débiles detectados a partir del propio SGIC, además de los indicados por las evaluaciones externas. Acciones realizadas: en el apartado 9 de la memoria se indican las debilidades detectadas a partir del SGIC.

6.4 Se ha realizado el plan de mejora planteada en la última Memoria de Seguimiento a lo largo del curso a evaluar.

En este apartado se revisan las acciones planteadas en la última Memoria de Seguimiento, propuestas a partir del SGIC, para el mantenimiento de las fortalezas del título. Se indica cómo se han llevado a cabo y el grado de efectividad alcanzado por las mismas. Las medidas para corregir las debilidades, basadas en el Informe de Renovación de la Acreditación del Título, se comentan en el apartado 6.5.

Acción: mantenimiento de las reuniones periódicas de coordinación y de la Comisión Académica del Máster. Resultados: en el apartado 2 se ofrece información detallada de las reuniones mantenidas y cuestiones tratadas en las mismas. Se considera que el grado de implementación es altamente satisfactorio, así como la efectividad de estas reuniones.

Acción: fomento del TFM grupal. Resultados: el 2 de febrero de 2018 se celebra un "Laboratorio de Ideas sobre Trabajos Fin de Máster". En esta sesión, el alumnado del MUCE presenta, en solitario o en grupo, sus ideas a desarrollar en el TFM, y posteriormente recibe comentarios y sugerencias a cargo del claustro del Máster e invitados externos procedentes del entorno empresarial. El objetivo de la sesión es doble: generar colaboración entre alumnos y tutores con anterioridad al inicio del TFM, y dado que la mayoría de los TFM adopta la forma de plan de negocio, obtener orientaciones útiles sobre el interés y posibles mejoras de sus ideas de los invitados externos con visión real de empresa. La actividad busca que los proyectos de TFM cuenten con la máxima calidad académica, pero que también se acerquen todo lo posible a iniciativas que pudieran desarrollar los estudiantes al finalizar el Máster. En cuanto a la efectividad de esta medida es necesario destacar que 16 estudiantes presentaron y defendieron su TFM ante los Tribunales correspondientes en la convocatoria de junio de 2018. Todos los trabajos presentados en esta convocatoria se elaboraron en modalidad grupal, y todos alcanzaron la calificación de notable. La calificación media obtenida por los estudiantes que presentaron su TFM en junio fue de 7,88 y la tasa de presentados ascendió al 40%. En el curso 2016-2017 sólo el 9,68% de los estudiantes acudieron a esta convocatoria, obteniendo una calificación media de 7,5. La tasa de trabajos presentados en todo el curso 2016-2017 fue del 54,84% y la calificación media de los TFM presentados fue de 6,52. Como posibles causas de la mejora sobre la situación del año anterior en la presentación y resultados de los TFMs se apunta también a la reducción de presencialidad que ha sufrido el Máster, y que ha generado un calendario que otorga más tiempo al alumnado para elaborar su TFM. Del mismo modo, la responsabilidad e implicación de los tutores parece haber ayudado a mejorar las calificaciones medias, aunque es posible que genere cierta tensión con los estudiantes con un rendimiento más bajo, como han puesto de manifiesto el expediente por la Defensora Universitaria y ciertas solicitudes de cambio de tutor. En la convocatoria de septiembre del curso 2017-2018, 12 estudiantes presentaron su TFM. La calificación media que obtuvieron fue de 5,04, y si bien un trabajo alcanzó la calificación de sobresaliente, 6 estudiantes suspendieron. En este caso los suspensos venían de TFMs grupales, que en su mayoría no compartían el criterio de sus tutores en cuanto a la madurez del trabajo para su presentación.

Acción: refuerzo de las relaciones con empresas. Resultados: el 23 de mayo de 2018 se celebró la I Jornada sobre Comercio Electrónico de la Facultad de Comercio y Turismo, organizada en colaboración con los estudiantes e importantes empresas del sector (Hawkers, SEUR, Moddo, Microsoft, Verti y Petit Palace). La Jornada fue inaugurada por la Decana de la Facultad y clausurada por el Delegado de la Decana para Emprendimiento, Prácticas Externas y Empleabilidad. Este evento, abierto a toda la comunidad Complutense, fue una excelente oportunidad de aprender, de la mano de profesionales de primera fila, sobre las tendencias actuales en el campo del comercio electrónico, experiencias reales y retos por resolver para el futuro próximo.

Acción: refuerzo de las actividades extracurriculares. Durante el curso 2017-2018, los estudiantes del MUCE tuvieron las siguientes actividades de extensión:

- Visita a la feria empresarial The eShow Madrid 2017 (25 y 26 de octubre de 2017), con la presencia de unas 200 empresas, entre las que se encontraban Amazon, Alibaba o Google.
- Participación en la I Jornada Universidad Emprendedora y el Concurso Espacio de Emprendedores UCM (13 de noviembre de 2017), con una de las estudiantes del Máster logrando uno de los premios que otorgaba el Consejo Social de la UCM.
- Conferencia sobre emprendimiento online "Tips para emprender sin fracasar en el intento. El caso Do.it Scuola di lingue. Basado en hechos reales", impartida por Valentina Muzzi y Luis Carlos Zambrano, fundadores de www.doitlingue.com (24 de noviembre de 2017).

- Sesión informativa sobre Prácticas en Empresas para el curso 2017-2018, impartida por Ana M. Romero Martínez, Vicedecana de Gestión Económica y Relaciones Institucionales (24 de noviembre de 2017).
- Seminario sobre "Digitalización en los destinos turísticos", impartido por: Manuel Lara, Director Marketing Digital del Departamento de Promoción Turística Turismo Costa del Sol (15 de diciembre de 2017).
- Seminario sobre "Marketing digital aplicado al sector hotelero", impartido por Sara Grasa, Responsable de Marketing & Comunicación del Hotel Emperador Madrid (15 de diciembre de 2017).
- Participación en la segunda edición de "Madrid.AI" (21 de diciembre de 2017), en Google Campus Madrid, evento de referencia en el campo de la inteligencia artificial y los chatbots, de la mano de diferentes expertos de The Neon Project, BBVA o Lingwars.
- Seminario sobre "Aproximación práctica a la planificación y desarrollo de campañas de social selling", impartido por Andrea Fidalgo Manchón, alumno del Máster y Responsable de Marketing Digital de ByPEPPAS (2 de febrero de 2018).
- Laboratorio de ideas sobre Trabajos Fin de Máster, con la participación de alumnos, profesores y profesionales para aportar viabilidad académica, pero también una visión de empresa para la aplicabilidad de los TFMs (2 de febrero de 2018).
- Jornadas de Empleabilidad y Salidas profesionales de la Facultad de Comercio y Turismo (17, 18 y 21 de mayo de 2018), con talleres para la preparación de entrevistas, estrategias para la búsqueda de empleo, preparación y mejora del currículum vitae, conferencias y presentaciones de empresas y de la Oficina de Prácticas y Empleo de la UCM.

La efectividad de estas actividades es elevada, pues son muy valoradas por los estudiantes. No obstante, la participación de los mismos se resiente significativamente durante el periodo en que realizan sus prácticas en empresas y comienzan el TFM.

6.5 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 Agencia externa para la mejora del Título.

En este apartado se revisan las acciones planteadas en la última Memoria de Seguimiento, propuestas a partir de las debilidades señaladas en el Informe de Renovación de la Acreditación del Título, indicando cómo se han llevado a cabo y el grado de efectividad alcanzado por las mismas.

Acción: Revisión de todas las guías docentes por el coordinador, informando a los profesores de las asignaturas para las que se detecte falta de correspondencia entre el sistema de evaluación previsto y el consignado en la memoria verificada del título, de manera que puedan realizarse las correcciones oportunas. Resultados: cabe considerar la actividad como completada y con plena efectividad, pues las guías docentes se encuentran revisadas, actualizadas y accesibles a través de la página web del Máster, en la siguiente URL:

<https://comercioyturismo.ucm.es/estudios/master-comercioelectronico-plan>

Acción: eliminación del idioma inglés de la memoria verificada, en caso de no impartirse docencia en dicho idioma. Resultados: se desestima dicha eliminación, tras consultar al equipo decanal, manteniendo la posibilidad de impartir asignaturas en inglés. Para el curso 2018-2019, el TFM podrá realizarse en español o en inglés, y se solicitarán profesores voluntarios para impartir docencia en inglés en el curso 2019-2020.

Acción: Inclusión de preguntas que permitan detectar el grado de cumplimiento de los programas y posibles solapamientos entre asignaturas en las encuestas de evaluación interna a estudiantes. Resultado: sólo se obtuvo una respuesta para estas encuestas en el curso 2017-2018. En dicha encuesta se valoraba el cumplimiento del programa de las asignaturas con un 8 sobre 10 y el solapamiento de contenidos entre asignaturas con un 7 sobre 10. No obstante, a la pregunta que rezaba "en caso de insatisfacción con alguno de los aspectos anteriores, ¿podría proporcionar los detalles específicos que la motivan?" no se obtuvo respuesta. Por tanto, este instrumento de recogida de información no ha resultado efectivo para detectar los posibles solapamientos entre asignaturas. Esta medida, que también pretendía incentivar la participación de los estudiantes en las encuestas de satisfacción, dada la exigua tasa de respuesta, tampoco puede considerarse efectiva.

Acción: informar a los responsables de las páginas web de la Facultad de Comercio y Turismo y de la UCM de la necesidad de utilizar como landing page o página de destino única la web específica del Máster

(www.ucm.es/muce). Resultado: aunque la acción se ha completado, sigue siendo posible acceder a información sobre el Máster a través de las páginas web de la Facultad de Comercio y Turismo (<https://comercioyturismo.ucm.es/estudios/master-comercioelectronico>) y de la UCM (<https://www.ucm.es/estudios/master-comercioelectronico>). Al tratarse de información general sobre todas las titulaciones ofertadas en el centro y en la Universidad, las posibles duplicidades existentes no pueden ser eliminadas (hasta donde alcanza el conocimiento de la coordinación del Máster).

Acción: estudio en profundidad de la web del Máster por parte de la Comisión Académica del mismo, recogiendo y valorando toda sugerencia de mejora y modificación que se produzca. Resultados: se ha producido un rediseño intentando respetar al máximo los apartados y contenidos que se indican en la “Guía de apoyo para la elaboración de la Memoria Anual de Seguimiento de los títulos de Grado y Máster” de la Oficina para la Calidad de la UCM.

Acción: Solicitar que la aplicación de Docencia permanezca abierta durante el desarrollo de las asignaturas y la realización obligatoria de las encuestas antes de la publicación de calificaciones, asegurando una tasa de respuesta plena. Resultado: tras plantear estas cuestiones en la Comisión de Calidad se ha informado de que este tipo de decisiones corresponden a la Oficina para la Calidad de la UCM, quedando fuera del alcance de la coordinación del Máster. Aunque la acción ha sido completada, no se espera que pueda surtir los efectos deseados.

Acción: Extender las encuestas de evaluación internas también a profesores, validando el modelo de encuesta por la Comisión Académica del Máster y la Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo. Resultado: tras realizar las acciones señaladas y administrar el coordinador los modelos de encuesta aprobados, sólo se obtuvo una única respuesta a este tipo de cuestionario, por lo que no consideramos que haya resultado una acción efectiva para mejorar la participación en las encuestas de satisfacción.

Acción: proponer al Centro la celebración de otra Jornada sobre Mejores Prácticas Docentes en Máster. Resultado: tal y como se planteaba en la anterior memoria de seguimiento, esta acción podría ejecutarse en el curso 2017-2018 o en el 2018-2019. Dada la carga de trabajo que supone para la coordinación del Máster la organización de actividades de extensión y eventos como la Jornada sobre Comercio Electrónico, se ha decidido posponer la ejecución de esta actividad para el curso 2018-2019.

Acción: invitar al conjunto del profesorado del MUCE a participar en los proyectos de innovación docente en marcha y a presentar solicitudes para próximas convocatorias. Resultados: estas invitaciones se han realizado tanto en Comisión Académica como en reuniones de coordinación, por lo que la acción está completada. No obstante, su efectividad ha sido nula, pues no se han presentado ningún proyecto de innovación docente relativo en exclusiva al Máster durante el curso 2017-2018, aunque diversos profesores han participado en otros proyectos de innovación docente a título individual.

Acción: invitar al profesorado a ofrecer a los estudiantes materiales adicionales en inglés e información sobre las distintas certificaciones existentes en su campo de especialidad. Resultado: esta invitación se ha realizado tanto en Comisión Académica como en reuniones de coordinación, por lo que la acción está completada. En cuanto a efectividad, varias de las actividades de extensión ofrecidas durante el curso 2017-2018 (ver apartado 6.4) se han centrado en el uso de herramientas especialmente interesantes para el futuro desarrollo profesional de los estudiantes.

7. 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.

7.1 Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación del Procedimiento de modificación ordinario.

No se han producido modificaciones durante el curso 2017-2018.

7.2 Naturaleza, características, análisis, justificación y comunicación del Procedimiento de modificación abreviado.

No se han producido modificaciones durante el curso 2017-2018.

8. RELACIÓN Y ANÁLISIS DE LAS FORTALEZAS DEL TÍTULO.

A continuación, se recogen las principales fortalezas del título, detectadas a partir de los indicadores de resultado y de satisfacción, y de los elementos propios del SGIC. Además, se ofrece un breve comentario para su análisis causal, y un plan de acciones a desarrollar para el mantenimiento en el tiempo de estas fortalezas.

Fortaleza: funcionamiento de la Comisión Académica del Máster y de las reuniones de coordinación. Estas reuniones, como se ha podido comprobar en el desglose de temáticas, sugerencias, debates y acuerdos propios de las reuniones celebradas durante el curso 2017-2018 (ver apartado 2 de la presente memoria), generan un importante flujo de información entre los responsables de la docencia en el Máster, derivando en un nivel de coordinación y cooperación muy positivo. Como acciones para el mantenimiento de esta fortaleza se propone fijar un mínimo de una reunión ordinaria de coordinación, con la participación de la totalidad de profesores, por curso académico. Del mismo modo, se propone que la Comisión Académica celebre un mínimo de dos reuniones ordinarias por curso.

Fortaleza: el porcentaje de créditos de docencia impartidos por profesores asociados, que aportan experiencia profesional especializada de manera directa para los estudiantes supera el 40% (véase el apartado 3 de la memoria para más detalles), lo que creemos resulta altamente positivo en el caso de un título profesionalizante como el Máster en Comercio Electrónico. La acción propuesta para el mantenimiento de esta fortaleza consistirá en solicitar a estos profesores y a los Departamentos de los que proceden, su continuidad en el Máster.

Fortaleza: el 100% de las evaluaciones del profesorado completadas a través de Docencia fueron positivas. Aunque al tratarse de un sistema voluntario cabe la posibilidad de que sólo los mejores docentes sometan a evaluación su actividad en el Máster, es importante que los que lo hacen obtengan resultados favorables. La acción para el mantenimiento de esta fortaleza es continuar con las campañas de concienciación a profesores y alumnos para participar en Docencia.

Fortaleza: resultados muy favorables para diversos indicadores, y en especial para las tasas de abandono, eficiencia, éxito y graduación, que superan los niveles planteados por la memoria verificada del título, tal y como puede apreciarse en la exposición realizada en el apartado 5.1 de esta memoria. Es destacable que estas cifras favorables son ya **sostenidas en el tiempo durante los últimos cursos**. Las causas de esta fortaleza obedecen a múltiples razones y actuaciones, fruto de un proceso de mejora continua focalizado en diversos aspectos asociados por ejemplo al TFM, que fue identificado en su momento por el SGIC como el principal obstáculo para los estudiantes a la hora de concluir el Máster. Así, se han introducido mejoras sucesivas en la Guía sobre el TFM, el “Laboratorio de Ideas sobre TFMs”, el sistema de asignación de tutores y la realización de TFMs grupales. Como acciones para el mantenimiento de esta fortaleza se plantea continuar fomentando la realización de TFMs grupales, así como evaluar la posible implantación de un software de simulación centrado en la gestión de un negocio de comercio electrónico como mecanismo alternativo para la realización del TFM.

Fortaleza: satisfacción del profesorado con su participación en el Máster. Tal y como se comentó con mayor detalle en el apartado 5.2 de la memoria, el nivel de satisfacción ha sido excepcionalmente alto en los últimos cursos, **alcanzando en su indicador global la calificación de 10 sobre 10** en el curso 2017-2018. Las causas más probables son el mantenimiento de canales fluidos de comunicación con el profesorado, fomentando la participación del mismo en actividades de extensión para los estudiantes, eventos de intercambio de experiencias entre docentes, amén de las reuniones de coordinación y de la Comisión Académica. Tras las adaptaciones de los horarios y periodos de docencia a la presencialidad exigida al título, los horarios y condiciones de trabajo se han mantenido relativamente estables lo que puede crear también cierto contexto favorable para desarrollar su labor docente de manera satisfactoria. Como acciones para mantener esta fortaleza se plantea mantener los cauces de participación del profesorado en el Máster (ver la primera de las fortalezas), y en la medida de lo posible la estructura de horarios y periodos docentes. Como elemento adicional, de cara al curso 2018-2019 se planteará a la Facultad de Comercio y Turismo organizar una II Jornada sobre Mejores Prácticas Docentes en Máster.

Fortaleza: Alta satisfacción de los estudiantes y entidades colaboradoras con las prácticas externas. Tal y como se ha puesto de manifiesto en el apartado 5.5, y también de manera continuada respecto a cursos anteriores, tanto

estudiantes como entidades colaboradoras en las prácticas externas demuestran un alto grado de satisfacción y valoración de la utilidad de las mismas. El interés de las empresas por los alumnos del Máster, bien para ser contratados o tenidos en cuenta en procesos de selección, es el mejor indicador del éxito del programa de prácticas externas del Máster en Comercio Electrónico. Como acciones de mantenimiento de esta fortaleza se plantea la participación de las empresas en las actividades de extensión y/o la organización de una II Jornada sobre Comercio Electrónico.

	FORTALEZAS	Análisis de la fortaleza	Acciones para el mantenimiento de las fortalezas
Estructura y funcionamiento del SGIC			
Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación	Excelente funcionamiento de la Comisión Académica del Máster y reuniones de coordinación	Ver apartado 2	Fijar un mínimo de una reunión ordinaria de coordinación por curso, y de dos reuniones de la Comisión Académica del Máster
Personal académico	Docencia de profesores asociados. 100% evaluaciones positivas del profesorado	Ver apartado 3	Solicitar a estos profesores su continuidad en el Máster, y su participación en Docencia
Sistema de quejas y sugerencias			
Indicadores de resultados	Valores muy positivos y sostenidos en el tiempo en las tasas de abandono, eficiencia, éxito y graduación	Ver apartado 5.1	Fomento de TFMs grupales Evaluación de la introducción del 'business game' para el TFM
Satisfacción de los diferentes colectivos	Satisfacción PDI (10 sobre 10)	Ver apartado 5.2	Mantener cauces de participación (coordinación y Comisión Académica), horarios y periodos de docencia. II Jornada de Mejores Prácticas Docentes en Máster
Inserción laboral			
Programas de movilidad			
Prácticas externas	Alta satisfacción de alumnos y entidades colaboradoras	Ver apartado 5.5	Participación de empresas en actividades de extensión Organización de una II Jornada sobre Comercio Electrónico
Informes de verificación, Seguimiento y Renovación de la Acreditación			

9. RELACIÓN DE LOS PUNTOS DÉBILES DEL TÍTULO Y PROPUESTA DE MEJORA

9.1 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.

En este apartado se indican las principales debilidades observadas en el título, detectadas a partir de los indicadores de resultado y de satisfacción, y de los elementos propios del SGIC. Además, se ofrece un breve comentario para su análisis causal, y las acciones a desarrollar para intentar su corrección, las cuales se detallan en mayor medida a lo largo del apartado 9.2.

Debilidad: sólo un 18,75% de los profesores pudieron completar su evaluación docente, a pesar de que el 50% del profesorado había solicitado dicha evaluación (véase el apartado 3 de esta memoria). Consideramos necesario que se puedan completar un porcentaje más significativo de evaluaciones, pero son necesarios un número determinado de respuestas al cuestionario que deben completar los estudiantes. El problema de la baja participación en las encuestas ha sido persistente a lo largo de las distintas promociones del Máster. Se ha destacado en múltiples ocasiones anteriores y se puso de manifiesto por el Informe de Renovación de la Acreditación del título, que recomendaba “tomar medidas para incentivar la participación en las encuestas de estudiantes y profesores”. No obstante, resulta difícil de solucionar. Acciones realizadas, como solicitar que la aplicación de Docentia permanezca abierta durante el desarrollo de las asignaturas o que la realización de las encuestas sea obligatoria para los estudiantes antes de poder acceder a sus calificaciones, han resultado infructuosas. Igualmente, las campañas de recordatorio, realizadas por la coordinación cada curso, tampoco parecen tener efectos significativos. La causa principal de la escasa participación es que esta tiene carácter voluntario.

Las acciones de mejora a realizar en este caso incluirán la habitual campaña de recordatorio, por parte del coordinador, tanto a alumnos como profesores, sobre la importancia de las actividades de evaluación de la calidad del título. No obstante, para el curso 2018-2019 esta campaña se complementará con una sesión monográfica dirigida a estudiantes. En ella se intentará concienciar sobre la importancia que tienen las actividades de evaluación de la calidad, cuáles son exactamente, y cómo se utilizan los datos recogidos en ellas. Además, se propondrá a la Comisión Académica del Máster elaborar una guía breve sobre evaluación de la calidad, para distribuir entre todos los estudiantes y profesores.

Debilidad: el alumnado declara un conocimiento y utilización muy bajos del sistema de quejas y sugerencias, a pesar de haberlas planteado por diversos cauces. Tal y como se comentó en el apartado 4 de esta memoria, en el curso 2017-2018 un 90% de los estudiantes encuestados declaró no conocer los canales de quejas y sugerencias, y sólo un 10% decía haber realizado alguna. Al parecer, cuando se realizan quejas y sugerencias ante el coordinador, Vicedecanatos, etc., el alumno no es consciente de estar utilizando el sistema de quejas y sugerencias. Es por ello necesario desarrollar una “cultura de la calidad” entre los distintos colectivos participantes en el título, haciendo especial hincapié en los estudiantes.

Como acciones de mejora respecto a esta debilidad se plantean tanto la sesión monográfica como la guía breve sobre evaluación de la calidad. En ellas se podrá detallar al alumnado los canales propios del sistema de quejas y sugerencias, y cómo hacer un uso apropiado de ellos.

Debilidad: la satisfacción media del alumnado es muy baja (IUCM-13 de 3,5 sobre 10), y los resultados obtenidos de las encuestas de satisfacción de los estudiantes muestran una dispersión e inconsistencia importantes. Tal y como se explicó en el apartado 5.2 de la presente memoria, esto dificulta enormemente la identificación de debilidades específicas sobre la que llevar a cabo acciones de mejora concretas. Evidencias complementarias recogidas por el SGIC, vinculadas al sistema de quejas y sugerencias (y su utilización durante el curso 2017-2018), y que se han discutido en Comisión Académica del Máster, apuntan a un descontento entre los estudiantes que muestran un rendimiento inferior al esperado en la realización de su TFM. Existe la posibilidad de que estos alumnos hayan canalizado esta frustración hacia las encuestas de satisfacción, valorando negativamente un amplio conjunto de ítems. Esto explicaría los resultados inconsistentes y, en media, desfavorables para el título.

Nuevamente, en este caso se proponen también como acciones de mejora una sesión monográfica con estudiantes sobre evaluación de la calidad, y una guía breve sobre este tema, a distribuir entre todos los alumnos del curso 2018-2019. En ambas se hará hincapié en cómo hacer un uso responsable de los instrumentos de evaluación de la calidad del título.

9.2 Propuesta del nuevo Plan de acciones y medidas de mejora a desarrollar

A continuación, se detalla el conjunto de acciones específicas a desarrollar para el mantenimiento de fortalezas y cobertura de debilidades a lo largo del curso 2018-2019, detallando los indicadores de resultados que se utilizarán para valorar su efectividad y los responsables de su ejecución.

Acción: fijación de un número mínimo de reuniones ordinarias de coordinación y de la Comisión Académica del Máster. Esta acción pretende mantener como fortaleza el adecuado funcionamiento del sistema de coordinación. La métrica para valorar su efectividad (o cumplimiento en este caso) es el número de reuniones fijado: 1 para las reuniones de coordinación, y 2 para las reuniones de la Comisión Académica del Máster. El responsable de su ejecución será el coordinador del Máster, pues es quien convoca las reuniones mencionadas.

Acción: campaña de recordatorio sobre la participación en Docentia, dirigida tanto a docentes como a estudiantes. Esta acción debería permitir mantener fortalezas como la obtención de un 100% de evaluaciones positivas (IUCM-8), y cubrir debilidades como que menos del 20% del profesorado haya podido completar su evaluación docente en el curso 2017-2018 (IUCM-7). El seguimiento de su efectividad se llevará a cabo a través de los indicadores IUCM-6, IUCM-7 e IUCM-8. El responsable de implantación será el coordinador del Máster, que enviará el recordatorio de participación a estudiantes y profesores.

Acción: celebración de un “II Laboratorio de Ideas sobre TFMs”. Esta acción se orienta al fomento de los TFMs grupales, que han tenido una incidencia positiva en distintos indicadores de resultados del título, así como en las calificaciones y finalización de estudios por parte de los alumnos. El control de seguimiento se efectuará informando de la fecha de celebración del laboratorio en la Memoria Anual de Seguimiento correspondiente al curso 2018-2019. El responsable de ejecución, en cuanto a la convocatoria, será el coordinador del Máster, pero en cuanto a ejecución implicará al conjunto del profesorado del título.

Acción: evaluación de la posible implantación de un software de simulación tipo ‘business game’ como alternativa para la realización del TFM. Con ello se pretende ofrecer una alternativa adicional a los trabajos académicos de investigación o los que adoptan la modalidad de plan de negocio centrado en el comercio electrónico. Esto debería reducir la tensión que generan los actuales sistemas de elaboración de TFM para ciertos alumnos. Los responsables de ejecución serán el coordinador y la Comisión Académica del Máster.

Acción: propuesta de organización de una II Jornada sobre Mejores Prácticas Docentes en Máster a la Facultad de Comercio y Turismo. Esta actuación va encaminada a mantener la fortaleza observada en cuanto a satisfacción del PDI, y también a poder introducir innovaciones metodológicas docentes, tal y como sugería el Informe de Renovación de la Acreditación del título. El control de seguimiento se efectuará informando de la fecha de celebración de la Jornada en la Memoria Anual de Seguimiento correspondiente al curso 2018-2019. El responsable de ejecución, en cuanto a la convocatoria, será el coordinador del Máster (además de los Vicedecanatos pertinentes), pero en cuanto a ejecución implicará al conjunto del profesorado del título.

Acción: lograr la participación de empresas en las actividades de extensión. Se trata de un mecanismo para reforzar la relación con agentes externos y mantener la fortaleza alcanzada en cuanto a la calidad de las prácticas externas. El seguimiento se realizará informando de las empresas participantes en las actividades de extensión en la Memoria Anual de Seguimiento correspondiente al curso 2018-2019. El responsable de ejecución, en cuanto a la convocatoria, será el coordinador del Máster, pero en cuanto a propuesta y ejecución puede implicar a cualquier profesor del título.

Acción: organización de una II Jornada sobre Comercio Electrónico de la Facultad de Comercio y Turismo. Se trata de una acción complementaria o sustitutiva de la anterior, encaminada a robustecer la relación del Máster con agentes externos que colaboren en las prácticas externas y/o la empleabilidad de los estudiantes. El control de seguimiento se efectuará informando de la fecha de celebración de la Jornada en la Memoria Anual de Seguimiento correspondiente al curso 2018-2019. El responsable de ejecución, en cuanto a la convocatoria, será el coordinador del Máster (además de los Vicedecanatos pertinentes), pero en cuanto a propuesta y ejecución implicará al conjunto del profesorado del título.

Acción: sesión monográfica con estudiantes sobre evaluación de la calidad. Esta acción persigue cubrir varias de las debilidades detectadas en el título (ver apartado 9.1 de la memoria). En concreto: a) incrementar la participación de los estudiantes en el programa Docentia para que los profesores puedan completar su evaluación; b) que conozcan y utilicen adecuadamente el sistema de quejas y sugerencias; y c) que se haga un uso responsable e informado de las encuestas de satisfacción con el título. El control de seguimiento se efectuará mediante la fecha de celebración de la sesión, y el de efectividad, a partir de los datos de la encuesta de satisfacción de estudiantes

del curso 2018-2019. La responsabilidad de la ejecución recaerá en el coordinador del título, que convocará y participará activamente en la sesión. No obstante, la organización de la misma requerirá de la coordinación entre la Comisión Académica del Máster y la Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo.

Acción: propuesta de elaboración de una guía breve sobre evaluación de la calidad orientada a estudiantes. Al igual que la acción anterior, esta se encamina a cubrir varias debilidades del título, incrementando la participación de los estudiantes en Docencia, que conozcan y utilicen adecuadamente el sistema de quejas y sugerencias, y que respondan a las encuestas de satisfacción con el título con madurez y responsabilidad. El control de efectividad se hará a través de los resultados de la encuesta de satisfacción de estudiantes del curso 2018-2019. La responsabilidad de la ejecución se distribuirá entre el coordinador del título, la Comisión Académica del Máster y la Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo.

PLAN DE MEJORA	Puntos débiles	Causas	Acciones de mejora	Indicador de resultados	Responsable de ejecución	Fecha de realización
Estructura y funcionamiento del SGIC						
Organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación						
Personal Académico	18,75% de profesores con una evaluación docente completada	Ver apartado 3	Campaña de recordatorio Sesión y guía sobre calidad	IUCM-7 IUCM-7	Coordinador Comisión Académica Comisión de Calidad	Curso 2018-2019
Sistema de quejas y sugerencias	El alumnado declara bajo conocimiento y utilización del sistema	Ver apartado 4	Sesión y guía sobre calidad	Datos encuesta satisfacción de estudiantes	Coordinador Comisión Académica Comisión de Calidad	Curso 2018-2019
Indicadores de resultados						
Satisfacción de los diferentes colectivos	Baja satisfacción media del alumnado, con dispersión e inconsistencia de los resultados obtenidos de los estudiantes	Ver apartado 5.2	Sesión y guía sobre calidad	Datos encuesta satisfacción de estudiantes	Coordinador Comisión Académica Comisión de Calidad	Curso 2018-2019
Inserción laboral						
Programas de movilidad						
Prácticas externas						
Informes de verificación, seguimiento y renovación de la acreditación						

