

Informe autoevaluación: 4315213 - Máster Universitario en Consumo y Comercio

DATOS DEL TÍTULO

Número de Expediente (RUCT):	4315213
Denominación Título:	Máster Universitario en Consumo y Comercio
Fecha de verificación inicial:	08-07-2015
Fecha de última modificación aprobada de la memoria:	-
Universidad responsable:	Universidad Complutense de Madrid
Universidades participantes:	
Centro en el que se imparte:	Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, Facultad de Comercio y Turismo
Nº de créditos:	60
Idioma:	Español
Modalidad:	

INTRODUCCIÓN.- La redacción de este apartado se realizará conforme a las indicaciones señaladas en la Guía de evaluación para la renovación de la acreditación: :

El presente informe de autoevaluación ha sido redactado por la coordinación del título bajo la supervisión del Vicedecanato de Calidad y Alumnos, contando con el análisis, revisión y aprobación por parte de la Comisión de Calidad de la Facultad en su sesión de 28 de noviembre de 2018, conforme al Sistema de Garantía Interna de Calidad (SGIC). En el SGIC de la Facultad se encuentran representados todos los colectivos implicados en el Máster: alumnos, profesores y personal de administración y servicios (PAS), por lo que se considera que el informe ha estado sometido a información de los distintos grupos de interés. Finalmente fue aprobado por la Junta de Facultad en su sesión de 29 de noviembre de 2018.

El máster ha tenido un seguimiento anual por el SGIC, la Comisión de Calidad, la Junta de Facultad y el Vicerrectorado de Calidad de la Universidad a través de las memorias anuales de seguimiento y sus correspondientes informes de seguimiento. Se han podido abordar y mayoritariamente subsanar las carencias encontradas, centradas básicamente en la disponibilidad de información y el seguimiento de las encuestas de calidad; en el primer caso se ha revisado y actualizado la página web del máster y en el segundo hay que destacar la reciente obligatoriedad para participar en el programa DOCENTIA por parte del profesorado de la Universidad a partir del curso 2016-2017.

En la página web del máster están disponibles las memorias e informes anuales de seguimiento y la información correspondiente a la coordinación del máster y del SGIC.

El Máster Universitario en 'Consumo y Comercio' es resultado de la propuesta, realizada de forma conjunta por las Facultades de 'Comercio y Turismo' y 'Ciencias Políticas y Sociología', para facilitar a sus estudiantes una formación avanzada, de carácter multidisciplinar, orientada a la capacitación para la práctica profesional (RD 1393/2007, art. 10) en diversos ámbitos de trabajo vinculados al Consumo y al Comercio (empresas, cooperativas, grupos de investigación, agencias, organizaciones públicas y privadas). El objetivo es formar profesionales que satisfagan los requerimientos del mercado laboral del sector y que tomen asimismo propias iniciativas analíticas y de intervención.

El análisis de las formas y el funcionamiento del comercio, y de la progresiva manifestación de pautas y estilos de consumo, es objetivo de una pluralidad de disciplinas, profesiones y ámbitos de investigación e intervención. Consumo y Comercio se han venido

posicionando como eje vertebrador de la economía ('capitalismo de consumo', 'sociedad de consumo') y su cuestionamiento/modificación constituye inquietud primordial en nuestro contexto socioeconómico. Conscientes de la complejidad -y la múltiple determinación- de las concretas manifestaciones del consumo, este título aborda su observación y diagnóstico, el establecimiento de categorías analíticas, la adecuación de lecturas interpretativas.

El Máster Universitario "Consumo y Comercio" se organiza siguiendo una estructura mixta en módulos con una duración de dos semestres en un curso académico. Cada crédito ECTS se corresponde con 25 horas de trabajo del alumno/a. El egresado de este Máster debe cursar un total de 60 créditos ECTS para obtener esta titulación.

La Facultad de Comercio y Turismo es un centro multidisciplinar que favorece la impartición de materias diversas apoyadas en expertos con trayectorias y perfiles profesionales que favorecen la transmisión de conocimientos relacionados con la actividad empresarial, necesarias en un título profesional.

En estos primeros años de docencia se ha tenido como guía los objetivos planteados en la memoria de verificación, memorias e informes de seguimiento; siempre se tiene presente -sin eludir la responsabilidad de posibles fallos y carencias- que las tareas de desarrollo, adaptación, mejora, del título exigen una atención y adecuación continuas.

Aunque este Autoinforme contiene información general del título, el curso concreto de referencia para revisión es el que corresponde al año académico 2016-17, ya que cuando se inició este proceso de renovación de la acreditación en el Máster de 'Consumo y Comercio' era el último que se había cerrado y, por lo tanto, del que se disponía los datos necesarios.

DIMENSIÓN 1. La gestión del título

Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

1.1. La implantación del plan de estudios y la organización del programa son coherentes con el perfil de competencias y objetivos del título recogidos en la memoria de verificación y se aplica adecuadamente la normativa académica.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

a) La implantación del plan de estudios se corresponde con lo establecido en la memoria verificada.

El plan de estudios implantado se corresponde con el establecido en la Memoria Verificada del título, de fecha 8 de julio de 2015, y no ha sufrido modificaciones posteriores. El plan de estudios se implantó por primera vez en el curso 2015-2016 y desde entonces ha mantenido la estructura original.

El título consta, desde ese inicio, de tres Módulos y tres Materias:

El Módulo I, 'Conocimientos Comunes avanzados obligatorios' (42 créditos) incluye la Materia 1, dedicada al análisis de Modelos, teorías y regulación en Consumo y Comercio (24 créditos) y la Materia 2, destinada al estudio de Metodologías de investigación e intervención en Consumo y Comercio (18 créditos). Plantea este Módulo una mirada abarcadora a las perspectivas histórica, socio-económica, comunicativa, institucional y normativa, sin olvidar, como correlato, los enfoques, técnicas y prácticas investigadoras que posibilitan el acceso a ese saber (las asignaturas comprendidas en ambas Materias recogen estos contenidos). Proporciona bases teóricas y de investigación (técnicas de investigación adaptadas al área de consumo y comercio), que serán puestas en práctica en el siguiente Módulo de asignaturas optativas. Se trata, por tanto, de proporcionar habilidades para poder conectar el conocimiento de esquemas teóricos y referentes conceptuales con prácticas de indagación empírica.

El Módulo II, de 'Especialización optativa' comprende la Materia 3, encargada de adentrar al estudiante en los ámbitos de Contexto comercial y comportamientos de los consumidores en la sociedad actual (12 créditos). Ofrece opciones que van desde el análisis de las formas más emergentes (y en continua evolución) de consumo hasta los formatos y comportamientos peculiares de consumo turístico, pasando por -otro apartado hegemónico en los programas formativos en la actualidad- el análisis de las estrategias del consumidor y sus efectos en sus comportamientos de compra, gasto y consumo. Este Módulo ofrece, como optativa, la realización de Prácticas externas (empresas, organizaciones vinculadas a consumo y/o comercio); la decisión proviene fundamentalmente de la previsión de demandantes del Máster ya profesionalizados (aunque no de forma mayoritaria, todos los años tenemos profesionales en activo realizando el curso).

El Módulo III está destinado al Trabajo Fin de Máster, consistente en la realización de una investigación original, tutelada, sobre algún aspecto de las asignaturas cubiertas por este programa formativo.

b) Las actividades formativas empleadas en las diferentes asignaturas facilitan la adquisición de los resultados de aprendizaje previstos por parte de los estudiantes

Las actividades formativas empleadas aseguran la consecución de los resultados de aprendizaje establecidos en la Memoria de Verificación, que son asimismo recogidos en las Guías Docentes de las distintas asignaturas (publicadas en la página web del curso). En las Guías de cada asignatura se concretan los objetivos de aprendizaje y las actividades formativas y sistemas de evaluación. Las actividades recogidas en las guías de las asignaturas son coherentes con -y dan cuenta de- las competencias y objetivos del título. Las diferentes actividades formativas empleadas en el conjunto de asignaturas del Máster han demostrado unos resultados de aprendizaje satisfactorios.

Se adjunta la Evidencia EOS1d: Detalle de las actividades formativas

En el desarrollo y evaluación (calificaciones) de cada asignatura se tiene en cuenta la asistencia y participación activa en clase, el trabajo guiado (grupal, individual) y otros indicadores de seguimiento académico (búsqueda y tratamiento de información, pruebas puntuales y exámenes, participación en actividades fuera del aula...) En el apartado dedicado a 'Evaluación' de las Fichas de cada asignatura se recogen los indicadores y porcentajes de referencia para valoración final de la calificación, que se ajustan a lo propuesto y aprobado en la Memoria del Máster.

El Equipo docente del máster ha introducido actividades formativas complementarias, como conferencias y seminarios, presentaciones por parte de profesionales, visitas a Organismos implicados en 'consumo y comercio' (organizaciones de consumidores y usuarios, juzgados, salas con equipos para investigación-experimentación...) Además, como alumnos en la Facultad de Comercio y Turismo están invitados a participar de todas las actividades extraacadémicas que se organizan desde la Facultad y que, para el año académico 2016-17, se detallan en el Criterio 5. Apartado 5.1b)

c. El tamaño de grupo es adecuado a las actividades formativas desarrolladas dentro de las distintas asignaturas y facilita la consecución de los resultados de aprendizaje previstos.

La Memoria de Verificación establece un máximo de 40 alumnos. Es una cifra que establece un límite máximo en la composición del grupo de alumnos, que hasta ahora no se ha alcanzado (los primeros años de implantación del título han estado más próximos a veinte, los últimos a treinta). Un número aproximado de treinta alumnos en clase resulta especialmente facilitador, pues incrementa la probabilidad de conocimiento y seguimiento personalizado de los/as alumnos y también facilita entre éstos una participación más (inter)activa en el aula. Sin embargo, hemos recibido la recomendación de aproximarnos al número máximo apuntado, lo que supone de aprovechamiento de recursos y ampliación de oportunidades para los/as candidatos; con este fin estamos haciendo un esfuerzo por aumentar el número inicial de matriculaciones reales (el presente año académico 2018-19 ilustra la tendencia, con un incremento proporcionalmente importante, que supera treinta matrículas, y que esperamos se consolide en próximas convocatorias).

Se incluye como evidencia la información de los datos de matriculación en estas primeras promociones del Máster (EOS3b)

d. En el caso de que el título contemple la realización de prácticas externas, éstas se han planificado según lo previsto, son adecuadas para la adquisición de las competencias del título y existe una coordinación entre el tutor académico de prácticas y el tutor de la institución/empresa.

El máster contempla la realización de Prácticas externas, con una carga de 6 créditos ECTS optativos. La decisión de ofrecer las Prácticas como asignatura optativa (decisión tomada en el proceso de elaboración del Plan de Estudios del curso) proviene de nuestra experiencia en la participación en otros cursos en torno a 'consumo' e 'investigación de mercados' donde -en lógica con la propia dinámica de cambio en estos sectores- acudían profesionales (algunos de larga trayectoria laboral, como también ocurre en nuestro Máster) en búsqueda de actualizar y contrastar sus conocimientos y sus prácticas, y/o de una acreditación académica que coadyuvara en el reconocimiento de su carrera profesional y formativa.

Las Prácticas externas tienen como objetivo la adquisición y/o reforzamiento de competencias relacionadas con el ejercicio profesional y consisten en la participación del estudiante en entornos de trabajo fuera de la universidad. Se organizan bajo la dependencia funcional del Vicedecanato de Relaciones Institucionales.

Se incluye la Evidencia EOS1a). Organización de las Prácticas en Empresa en la Facultad de Comercio y Turismo

El horario de clases y actividades formativas del Máster permiten la realización de Prácticas en el período previsto para la realización del Plan de estudios, pero es posible otra opción por parte del alumnado (fragmentación de matrícula, ampliación temporal voluntaria de realización del Máster).

Un miembro de la Comisión de coordinación del Máster mantiene durante el curso un seguimiento de la situación de estudiantes en prácticas (atención de demandas concretas, tutorías orientativas); también se informa y orienta sobre la posibilidad de realización de Prácticas extracurriculares (la Oficina de Prácticas en la Facultad gestiona también estos protocolos).

Hay una general buena valoración de las prácticas por parte del alumnado y en general las calificaciones obtenidas por los alumnos -por parte de las empresas-organismos donde se realizan, también de sus tutores académicos- son elevadas.

e. Las normativas de permanencia establecidas se aplican correctamente y coinciden con las establecidas en la memoria.

En el Máster en 'Consumo y Comercio' rigen las normas de permanencia generales de la Universidad Complutense de Madrid,

publicadas en el BOUC nº14, 20-11-2008 (se puede consultar en (<https://bouc.ucm.es/pdf/902.pdf>) y modificadas por el acuerdo del Consejo de Gobierno de fecha 14 de julio de 2015, por el que se informa favorablemente esta modificación (<https://bouc.ucm.es/pdf/2199.pdf>). Hasta la fecha no ha sido necesario aplicar la normativa de permanencia establecida en ningún caso.

f) Los sistemas de transferencia y reconocimiento de créditos se aplican de forma adecuada y tienen en cuenta las competencias previas adquiridas por los estudiantes.

Existe una normativa general para la Universidad Complutense de Madrid, el Reglamento de Reconocimiento y Transferencia en los Estudios (en <https://bouc.ucm.es/pdf/1529.pdf>), publicada en el BOUC nº 14, 10 de noviembre de 2011, que obviamente determina la intervención que ante casos de solicitud de transferencia y reconocimiento de créditos.

1.2. El título cuenta con mecanismos de coordinación docente (articulación horizontal y vertical) entre las diferentes materias/asignaturas que permiten tanto una adecuada asignación de la carga de trabajo del estudiante como una adecuada planificación temporal, asegurando la adquisición de los resultados de aprendizaje.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

a. La coordinación vertical y horizontal entre las diferentes asignaturas ha sido apropiada, y ha garantizado una adecuada asignación de carga de trabajo al estudiante.

El modelo de coordinación se basa en dos órganos: la Comisión de coordinación del Máster y los profesores de las asignaturas. La Comisión de coordinación del Máster está formada por cuatro miembros del equipo docente, pertenecientes a tres Departamentos docentes, que han protagonizado o participado de forma muy activa en todo el proceso de propuesta y elaboración del proyecto y plan docente del Máster. El equipo docente ha venido actualizando, en estos primeros años de implantación, su apoyo a esta Comisión y la solicitud de su permanencia (en diversas ocasiones han sido invitados a formar parte de la Comisión, con intención de su renovación... envite siempre abierto, con voluntad de potenciar la participación). Los coordinadores de asignaturas son nombrados por cada Departamento y tienen las funciones de coordinar la elaboración y actualización de la guía docente de cada asignatura, proponer el calendario de actividades y los materiales docentes de referencia para los estudiantes, coordinar la docencia y evaluación de cada asignatura y promover la colaboración con el resto de asignaturas.

En relación a la coordinación entre asignaturas, se celebran al menos tres reuniones de coordinación durante cada año académico. En estas reuniones el equipo docente tiene la oportunidad de intercambiar opiniones, propuestas, experiencias y referencias del grupo de estudiantes, lo que resulta especialmente enriquecedor por la pluralidad de perspectivas y experiencias aportadas; en este intercambio también se alude a contenidos y orientación de las distintas asignaturas, lo que deriva en sugerencias, acuerdos, intercambio de referencias y, en su caso, materiales de apoyo. También se trata, en relación a contenidos, el asunto de posibles solapamientos y/o redundancias. Estas reuniones suelen resultar buen punto de partida o incentivación de posteriores encuentros entre miembros del equipo docente, ya no necesariamente 'formalizados' o contemplables en un informe de estas características.

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...)

Apuntemos asimismo la participación de algún docente del Máster en iniciativas procedentes de otros Cursos (dentro-fuera de la UCM) o actividades compartidas; como ejemplo, en la Jornada sobre "Mejores Prácticas Docentes" organizada por el Máster en 'Comercio Electrónico' en la Facultad de Comercio y Turismo, o en Jornada sobre 'Defensa de consumidores ante cláusulas suelo y preferentes' organizada por ADICAE.

La Comisión de coordinación se encarga del seguimiento de la marcha del curso; la permanencia habitual de sus componentes en la Facultad de 'Comercio y Turismo', donde se imparte el Máster, ayuda a explicar la preferencia (por parte del equipo docente) de no modificar su composición. Entre las tareas asumidas por la Comisión de coordinación se encuentra, por ejemplo, la redacción y actualización del documento Directrices para la Realización del TFM (cada año hay que incluir, al menos, fechas ad hoc del protocolo de entrega y defensa) o la designación de tribunales y tutores para el Trabajo Fin de Máster, previa consulta al profesorado y la solicitud (intento de máxima adecuación posible) de sus líneas de investigación; apuntemos asimismo algunas otras, como el mantenimiento y actualización de página web, la redacción de las memorias anuales de seguimiento y revisión redacción de alegaciones cuando ha sido demandado.

Aunque existe la figura y el reconocimiento de 'coordinadora', a quien corresponde, entre otras tareas, la representación formal del curso o la presidencia en las reuniones de equipo, en el Máster de 'Consumo y Comercio' la función de coordinación se asume de forma conjunta y solidaria por los componentes de la Comisión. Tenemos representación (coordinación Máster) en la Junta de Facultad y en la Comisión de Calidad, a instancias del Decanato y Vicedecanato de Calidad y Alumnos, respectivamente, de la Facultad de 'Comercio y Turismo'.

b. En el caso de que el título se imparta en varios centros de la misma universidad o sea interuniversitario, valorará la coordinación entre los mismos.

El Máster en 'Consumo y Comercio' se imparte únicamente en la Facultad de Comercio y Turismo de la UCM.

c. En el caso de que un título tenga prácticas externas, se valorará la coordinación y supervisión necesaria para que las prácticas permitan a los estudiantes adquirir las competencias correspondientes.

La Oficina de Prácticas en Empresas gestiona el programa de prácticas en empresas de la Facultad de Comercio y Turismo. Esta se realiza mediante una plataforma de Gestión Integral de Prácticas en Empresas (GIPE), que se implantó en la Facultad por primera vez en el curso 2015/16, siendo una de las primeras Facultades de la UCM en utilizar este soporte informático para todas sus titulaciones. El Vicedecanato de Relaciones Institucionales y Gestión Económica de la Facultad de 'Comercio y Turismo' evalúa las propuestas de las entidades, y conjuntamente con ellas, establece un plan de formación adecuado para los estudiantes. Definido el marco de la colaboración, la gestión administrativa del Convenio pasa a la Oficina de Prácticas de la Facultad. Las empresas y/u organizaciones cuentan con su propio plan de formación, que es revisado por el Vicedecanato, quien da su visto bueno para su aceptación y posterior publicación.

La gestión del programa de prácticas incluye la búsqueda de entidades colaboradoras, evaluación de propuestas, establecimiento del convenio marco, asignación de ofertas, así como la atención personal al alumno, difusión de la información del programa e incorporación del estudiante a la empresa. También incluye el seguimiento de las prácticas realizadas y su posterior calificación. Todos los alumnos matriculados en la asignatura de Prácticas están bajo la tutela de un profesor del Máster y de una persona responsable de su formación en la empresa u organización. El tutor del máster mantiene como mínimo dos entrevistas con el alumno, una al comienzo y otra al finalizar las Prácticas. Ambos tutores deben evaluar el proceso de práctica y de aprendizaje y la elaboración de 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.

Es función del tutor académico realizar un seguimiento individualizado de las prácticas de los alumnos asignados. Realiza una evaluación final, que supone el 40% de la nota; el 60% restante corresponde al tutor de la entidad que ha sido designado para hacer el seguimiento del alumno en la empresa u organización. Aunque la asignatura de prácticas suele iniciarse en el segundo semestre, el alumnado puede proponer un período que le convenga más, si hay acuerdo con la empresa o el organismo, obviamente cumpliendo el número de horas establecido para este fin (al ser 6 créditos académicos reconocidos, corresponde un total de 150 horas).

El alumno tiene la obligación de presentar una Memoria en la que debe reseñar su experiencia de aprendizaje y 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 2016-2017), nuestros alumnos/as realizaron sus prácticas en empresas relacionadas con los contenidos académicos del máster:

Realizaron las prácticas: Curriculares: 11 y Extracurriculares: 6

Se adjunta la evidencia EOS6b) Empresas en las que los alumnos/as del Máster en 'Consumo y Comercio' realizaron Prácticas y las vías de evaluación de la calidad de las prácticas.

Los resultados obtenidos en estas diversas fuentes permiten concluir que las prácticas externas en el Máster en Consumo y Comercio han alcanzado con carácter general sus objetivos y hecho posible la ampliación de las competencias académicas y profesionales de sus alumnos/as. La valoración de las prácticas por nuestros alumnos, recogida de la encuesta de evaluación aplicada en el Máster, es altamente positiva (4,3 de 5 ptos.) para el curso 2016-2017.

d) En el caso de que el título se imparta en varias modalidades (presencial, a distancia, semipresencial) se valorará la coordinación docente entre las modalidades, con el fin de que los estudiantes puedan alcanzar las mismas competencias con independencia de la modalidad cursada.

El Máster en 'Consumo y Comercio' se imparte únicamente en la modalidad presencial.

1.3. Los criterios de admisión aplicados permiten que los estudiantes tengan el perfil de ingreso adecuado para iniciar estos estudios y en su aplicación se respeta el número de plazas ofertadas en la memoria verificada.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

a) Se tendrá en cuenta que el número de estudiantes matriculado en el título no supera lo aprobado en la memoria de verificación y/o sus sucesivas modificaciones informadas favorablemente.

Como se apuntaba en el apartado 1.1.c), el número de estudiantes matriculados no ha superado el máximo de 40 establecido en la Memoria de Verificación. Tampoco se ha llegado a alcanzar hasta ahora ese número de matriculaciones, aunque tendencialmente se logra una aproximación; se tienen en cuenta, en este apartado, las recomendaciones realizadas en el Informe de Seguimiento de Títulos 2016-17, realizado desde el Vicerrectorado de Calidad de la UCM (Subcriterio 2. Aspectos a valorar en

los indicadores cuantitativos)

b. En los títulos de máster, los criterios de admisión son coherentes y se ajustan al perfil de ingreso publicado.

El acceso a la titulación se rige por las normas legales generales y las propias de la Universidad Complutense de Madrid.

Para solicitar el acceso es necesario estar en posesión de un título universitario oficial español u otros expedidos por una institución de educación superior del Espacio Europeo de Educación Superior que faculten en el país expedidor del título para el acceso a las enseñanzas de Máster. También pueden solicitar acceso los titulados procedentes de sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior (sin necesidad de la homologación de sus títulos), previa comprobación por la Universidad Complutense de que aquéllos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes títulos universitarios oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado.

Se considera requisito imprescindible un nivel de español que permita el adecuado seguimiento de las actividades docentes. Este nivel se presupone para personas procedentes de países donde el español sea lengua oficial. En caso contrario, se debe acreditar un nivel C1 (certificado expedido por un centro oficial).

Los criterios de admisión y resultados de su aplicación figuran en la página web del Máster. En general, los contenidos del Máster en Consumo y Comercio han buscado una óptima adecuación a alumnos/as procedentes de la Facultad de Comercio y Turismo y de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología (ambas Facultades responsables del título) aunque, dado su carácter multidisciplinar, formativo y profesional, es una oferta pensada para alumnos procedentes de otros ámbitos formativos. Los miembros de la Comisión de Coordinación han realizado entrevistas personales a las personas candidatas con perfil adecuado, como parte del proceso de selección. Aportan estas entrevistas un valor cualitativo para detectar el interés de los solicitantes por el Máster y la adecuación de esta oferta formativa a su trayectoria y proyección profesional. También son un eficaz medio para valorar, en su caso, los conocimientos prácticos del idioma.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

En relación a este primer criterio de 'ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO', el máster cumple los compromisos establecidos en la Memoria respecto al tamaño de grupo, al plan de estudios, la organización del programa, la aplicación de la norma académica, los mecanismos de coordinación docente y los criterios de admisión. Esta información está recogida en la página web del curso.

EVIDENCIAS

- EOS1 - Guías-fichas docentes
- EOS1a - Organización de las Prácticas en Empresa en la Facultad de Comercio y Turismo
- EOS1b - Plan de Estudios / Asignaturas
- EOS1c- Estructura general del plan de estudios, la distribución de créditos por materias y asignaturas, la secuencia temporal y los horarios del curso en vigor: <http://www.ucm.es/consumocomercio>
- EOS2 - Resumen de las reuniones de coordinación
- EOS1d - Detalle de las actividades formativas
- EOS3 - Criterios de admisión y valoración
- EOS3a, EOS3b, EOS3c - Datos de matrícula
- EOS5 - Reconocimiento de créditos
- EOS6 - Prácticas (información varia)
- EOS6b - Empresas en las que los alumnos/as del Máster en 'Consumo y Comercio' realizaron Prácticas
- EOS7 - Prácticas (informe coordinación)
- ESP8 - Prácticas (convenios suscritos)
- ESP12 - Calendario y horarios (<https://www.ucm.es/consumocomercio>)

Criterio 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

2.1. La universidad pone a disposición de todos los grupos de interés información objetiva y suficiente sobre las características del título y sobre los procesos de gestión que garantizan su calidad.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

En los 'Informes de Seguimiento' del título, proporcionados anualmente por el Vicerrectorado de Calidad de la UCM a partir de las Memorias redactadas desde el propio título, se ha venido recomendando una revisión y actualización de la información contenida en la página electrónica del curso, <https://www.ucm.es/consumocomercio>; a partir de esta recomendación, la página web ha sido reorganizada y actualizada. En la actualidad, la estructura de presentación es la siguiente:

Pestañas Principales:

- I. Presentación. Descripción del título
- II. Objetivos y Competencias
- III. Acceso y Admisión
- IV. Planificación de los Estudios
- V. Personal Académico
- VI. Sistema de Calidad
- VII. Información adicional
- VIII. Historia del MOCC

Contenidos:

I. Presentación. Descripción del título

- Descripción del Título
- Normas de permanencia
- Ubicación y contacto
- Díptico informativo
- Recursos materiales y servicios

II. Objetivos y Competencias

- Objetivos
- Competencias (básicas, generales, transversales, específicas)

III. Acceso y Admisión

- Acceso y criterios de admisión
- Plazos de pre-inscripción y aceptación
- Matrícula
- Reconocimiento y transferencia de créditos
- Becas y ayudas
- Orientación e información al estudiante

IV. Planificación de los Estudios

- Plan de estudios
- Distribución de créditos por Materias-Asignaturas
- Fichas docentes
- Calendario y horarios
- Fechas de exámenes por semestres
- Trabajo fin de máster
- Prácticas en empresas/organizaciones

V. Personal Académico

- Claustro académico
- Coordinación y colaboración

VI. Sistema de Calidad

- Organización, composición y funciones del Sistema Interno de Garantía de Calidad
- Información sobre inserción laboral
- Memoria de Verificación
- Memorias de seguimiento
- Indicadores de calidad. Encuestas a estudiantes
- Registro Unificado de Centros y Titulaciones del Ministerio de Educación (RUCT)

VII. Información adicional

- Delegación de alumnos
- La Casa del Estudiante
- Recursos Materiales y Servicios

VIII. Evolución e historia del título

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

En relación al criterio de 'INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA', el máster cumple los requisitos establecidos, puesto que su página web comunica a los diferentes agentes interesados información objetiva y suficiente sobre las características del título y los procesos de gestión que garantizan su calidad.

EVIDENCIAS

ESP11 - Página web del curso: (<https://www.ucm.es/consumocomercio>)

Criterio 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC)

3.1. El SGIC dispone de un órgano responsable que analiza la información disponible del título para la toma de decisiones en el diseño, seguimiento, acreditación y mejora continua.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

a) Los procedimientos que permiten garantizar la recogida de información de forma continua, el análisis de los resultados (del aprendizaje, de la inserción laboral y de la satisfacción de los distintos grupos de interés), su utilidad para la toma de decisiones y la mejora de la calidad del título, en especial de los resultados de aprendizaje del alumno

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 que constan en la página electrónica de la UCM (<http://www.ucm.es/calidad>) y concretamente los relativos a la estructura y funcionamiento del sistema de garantía de calidad del título, siendo común para todas las titulaciones en la Facultad de 'Comercio y Turismo'.

El SGIC está implantado y se sustenta en la Comisión de Calidad, que es la responsable del seguimiento y análisis de la calidad del Título. La aprobación de la Comisión de Calidad, específicamente dedicada a garantizar la calidad de las titulaciones, y de su reglamento específico de funcionamiento corresponde a la Junta de Centro. La Comisión de Calidad es, por lo tanto, una Comisión delegada de la Junta de Centro (constituida por este Órgano en reunión celebrada el 24 de junio de 2009). El Reglamento de funcionamiento de la Comisión de Calidad de las titulaciones del Centro fue aprobado por la Junta de Centro en su reunión del 11 de marzo de 2010, posteriormente modificado en la celebrada el 19 marzo de 2013 (modificación de la toma de decisiones en la Comisión de Calidad). Toda la información relativa al SGIC está disponible en el apartado de Calidad de la página web del Centro. Desde entonces, la Comisión de Calidad ha garantizado una homogeneidad en los criterios y procedimientos para el cumplimiento de los objetivos de calidad de todas y cada una de las titulaciones del centro. Se ha diseñado un sistema cuyo objetivo ha sido la revisión y análisis de cada titulación y un procedimiento de seguimiento general y común de todas las titulaciones del Centro. Como resultado, se ha actuado de forma coordinada, ya que en todas las reuniones de la Comisión celebradas se han planteado y abordado diferentes experiencias particulares de cada título, pero también puntos de vista y experiencias alternativas que emergen de la realidad global del Centro. Como evidencia de esta forma de actuar pueden considerarse las actas de las reuniones de la Comisión a lo largo del último curso (2016-2017), que han posibilitado adecuadamente el seguimiento eficaz del título.

A lo largo del curso 2016-2017 se han celebrado las siguientes reuniones de la Comisión de Calidad de la Facultad de "Comercio y Turismo":

Reunión ordinaria: 5 de octubre de 2016: se centró en el proceso de renovación de las acreditaciones de diferentes titulaciones de la Facultad, se informa a todos los miembros de la Comisión de la importancia del proceso y se suministra a los coordinadores de las titulaciones afectadas toda la documentación necesaria para ello.

Reunión ordinaria: 31 de enero de 2017: se aprobaron los informes de autoevaluación de cuatro titulaciones que están en proceso de renovación de la acreditación.

Reunión ordinaria: 27 de febrero de 2017: se aprobaron las Memorias anuales de seguimiento de dos titulaciones: Máster de Consumo y Comercio y el Máster de Planificación y Gestión de Destinos Turísticos. En relación a nuestro Título en "Consumo y Comercio" la elaboración de esa primera Memoria del curso (primera convocatoria) resultaba tarea compleja, por lo que se explicitó el agradecimiento a la Comisión de Calidad de la Facultad de "Comercio y Turismo" por la facilitación (búsqueda de datos, proporción de contenidos comunes...) y, en general, la ayuda prestada.

En la Universidad se programó una presentación general para todos los Másteres con el objetivo de difundir y promocionar los Másteres UCM, en la que la asistencia fue muy baja (prácticamente inexistente del colectivo estudiantes), por lo que, se decidió realizar una difusión a nivel interno en la Facultad buscando una mayor eficacia comunicativa.

El responsable de garantizar la calidad interna de los títulos de la Facultad de Comercio y Turismo es el/la Decano/a de la

Facultad o persona en quien delegue, en este caso la Vicedecana de Calidad y Alumnos, que preside la Comisión de Calidad de la Facultad.

La composición de la Comisión de Calidad del Centro es la siguiente:

1. La Vicedecana de Calidad y Alumnos, como Presidente y representando a las autoridades académicas
2. Cuatro representantes de los profesores funcionarios
3. Un representante de los profesores no funcionarios
4. Un representante del Personal Administrativo y de Servicios
5. Dos representantes del Alumnado

Se cuenta al menos con un agente externo (características de perfil: a) Experto/a designado/a por las Agencias Autonómicas o Estatales de Evaluación b) Experto/a en evaluación de la calidad de otras 53 universidades. c) Directivo/a de empresas de prestigio relacionadas con la actividad en la que se enmarca el título.

La relación nominal de los miembros que forman parte de la Comisión de Calidad se adjunta como 'evidencia'.

Las funciones de la Comisión de Calidad son las siguientes:

- Establecer y fijar la política de calidad de las titulaciones de acuerdo con la política de calidad de la Facultad de Comercio y Turismo y de la Universidad Complutense de Madrid
- Realizar el seguimiento del Sistema de Garantía Interna de Calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad
- Gestionar y coordinar todos los aspectos relativos a dicho sistema
- Proponer a la Junta de Facultad los objetivos de calidad y posibles modificaciones de los mismos
- Recoger información y evidencias sobre el desarrollo y aplicación del programa formativo de las titulaciones (objetivos, desarrollo de la enseñanza y aprendizaje y otros)
- Gestionar el Sistema de Información de las titulaciones impartidas en la Facultad con los datos disponibles en el Centro
- Realizar el seguimiento y evaluación de los objetivos de calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad
- Realizar propuestas de mejora y hacer un seguimiento de las mismas
- Informar, a petición del/a Decano/a, de las propuestas de normativa interna que se sometan a la consideración de la Junta de Facultad
- Aquellas otras recogidas en el Sistema de Garantía Interna de Calidad de la Facultad, así como las que se atribuyan a la Comisión por cuantas disposiciones sean dictadas en desarrollo del citado sistema y que de forma expresa se atribuyan a la Comisión.

La Comisión de Calidad de la Facultad elabora anualmente una memoria de sus actuaciones y un plan de mejoras de la titulación que debe ser aprobado por la Junta de Facultad y difundido.

Normas de funcionamiento y sistema de toma de decisiones de la Comisión de Calidad:

1. Se ha diseñado un Reglamento de funcionamiento, aprobado por la Junta del Centro
2. Se realizan al menos tres reuniones ordinarias al año. Una en septiembre/octubre, en el comienzo del curso, otra en febrero, a mitad de curso, y la última en junio al concluir el periodo de docencia presencial. El/la Presidente puede convocar reuniones de urgencia si el asunto a tratar lo requiere
3. Las decisiones se toman por acuerdo cualificado (2/3 de los votos) de los miembros de la Comisión. En caso de empate el/la Presidente cuenta con voto de calidad
4. La Comisión de Calidad del centro debe poner en marcha las decisiones aprobadas e informar en las siguientes reuniones sobre su grado de avance o cumplimiento.

b) En el caso de los títulos interuniversitarios y/o de los títulos que se imparten en varios centros de la universidad se valorará si las acciones llevadas a cabo, como consecuencia de la implantación del SGIC, están coordinadas en todos los centros participantes en el programa formativo.

El Máster en 'Consumo y Comercio' se imparte únicamente en la Facultad de Comercio y Turismo, pero su titularidad es compartida con la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología; la Memoria del título fue presentada de forma conjunta por ambas Facultades, puesto que la iniciativa de su propuesta y el desarrollo del Plan de Estudios han sido realizados por varios de sus Departamentos de forma coparticipada.

3.2. El SGIC implementado, para la gestión eficiente del título, dispone de procedimientos que garantizan la recogida de información objetiva y suficiente y de sus resultados y que facilitan la evaluación y mejora de la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje.:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración:

a) El SGIC ha de contemplar, al menos, la implantación de procedimientos para la recogida de información, análisis y mejora de los siguientes aspectos:

EL ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN DE LOS ESTUDIANTES Y DEL PROFESORADO CON EL TÍTULO se obtiene mediante encuestas

que son remitidas a los distintos actores implicados en la titulación dentro del correspondiente curso académico, pudiendo realizarse a través de medios electrónicos, informáticos y telemáticos. Para la realización de estas encuestas se cuenta con la ayuda técnica de la Oficina para la Calidad de la UCM, que elabora los cuestionarios y lleva a cabo el tratamiento analítico de la información facilitada en los mismos.

En la tramitación de los procedimientos ante la Comisión de Calidad de la Facultad se siguen todas las garantías legalmente previstas para los procedimientos administrativos. La Comisión de Calidad actúa de oficio o a instancia de parte en relación con las sugerencias y observaciones que sean susceptibles de necesitar su intervención. Cualquier implicado en el desarrollo del título puede dirigirse a la Comisión de Calidad a título individual o colectivo. Los interesados podrán recabar de dicha Comisión asesoramiento para cumplimentar impresos de reclamación o presentar sus propios escritos de queja o reclamación. Todo el proceso del sistema de reclamaciones y quejas está publicado en el SGIC de la Facultad. Asimismo, se encuentra a disposición de los actores implicados (profesores, estudiantes y PAS) un buzón de sugerencias para todas aquellas propuestas que tengan como finalidad la mejora de la calidad de los títulos. Los formularios están disponibles en la página web de la Facultad.

El modelo de evaluación de la actividad docente DOCENTIA-UCM fue informado positivamente por la Comisión de Verificación de la Fundación para el Conocimiento Madrid+d con fecha 16-11-2016. En consecuencia, la UCM despliega el modelo previsto en el curso 2016-2017. Con el fin de establecer procesos sistemáticos de evaluación, revisión y mejora del mismo es preciso definir anualmente un plan de seguimiento específico de su implantación. Los objetivos concretos de tales planes son: a) Monitorizar las acciones de implantación del programa para identificar disfunciones e introducir modificaciones y ajustes de modo simultáneo al despliegue del modelo (monitorización), b) Valorar al término de cada curso el funcionamiento global del modelo, identificando debilidades y fortalezas que permitan su optimización en el curso siguiente (meta-evaluación general)

Toda la información sobre el Programa Docentia de la UCM se encuentra disponible en:

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

Se incluye como evidencia la siguiente documentación:

1. El informe de implantación y seguimiento Docentia UCM 2016/17
2. Planes de seguimiento de la implantación del Programa Docentia UCM

LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE se evalúan a partir del análisis de las calificaciones, indicadores y encuestas de satisfacción facilitadas por el Vicerrectorado de Calidad de la Universidad Complutense.

El SGIC implementado incluye procedimientos para la recogida de información y su posterior análisis para la mejora de la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje. Anualmente, la Oficina de Calidad de la UCM facilita información sobre los principales indicadores de resultados de la titulación. Los indicadores de resultados sobre los que hay información son los siguientes: número de plazas de nuevo ingreso ofertadas, número de alumnos de nuevo ingreso matriculados, tasa de cobertura, tasa de rendimiento, tasa de abandono, tasa de graduación, tasa de participación y de evaluación en el Programa de Evaluación Docente, tasa de evaluaciones positivas del profesorado. También se elaboran encuestas anuales sobre la satisfacción con la titulación de alumnos, profesores y personal de administración y servicios (PAS). Estos indicadores de resultados son además recogidos y analizados de forma argumentada en la Memoria anual de Seguimiento. El informe de seguimiento del Vicerrectorado de Evaluación de la Calidad ha evaluado positivamente la recogida, cálculo y análisis de los indicadores, así como su utilización para la mejora de la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje.

El procedimiento de SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS EXTERNAS se realiza de la siguiente forma:

- A través de cuestionarios a los estudiantes: Grado de satisfacción de los estudiantes que realicen la práctica, Grado de adecuación de la actividad respecto a las previsiones ofertadas por el programa, Grado de satisfacción respecto a la gestión de la actividad.

- Informe de los tutores internos y externos de las prácticas donde se especifiquen el grado de cumplimiento de las actuaciones previstas en las prácticas externas, y en su caso, propuestas de mejora de las actuaciones de las prácticas externas.

La TOMA DE DECISIONES DERIVADA DE LA EVALUACIÓN Y EL SEGUIMIENTO de las prácticas externas se realiza a través de la Comisión de Calidad de la Facultad donde se analiza los resultados y se proponen las medidas de revisión y mejora necesarias para conseguir los objetivos previstos. Esta información se remite a la Junta de Centro que adopta las medidas necesarias para la ejecución de esas propuestas.

El procedimiento de SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD se realiza de la siguiente forma: las titulaciones de la Facultad de Comercio y Turismo están integradas en el contexto general de la UCM y se desarrollan fundamentalmente dentro de las actuaciones de los programas ERASMUS, SICUE, y algunos otros de carácter internacional (Fórmula Santander, Becas Iberoamérica, etc.) Estos programas son objeto de seguimiento y evaluación con el fin de lograr la mejora continua mediante propuestas por parte de la Comisión de Calidad. La información es recogida, analizada y valorada tanto por los estudiantes como por los coordinadores. Como orientación, la facultad organiza una puesta en común de experiencias de los estudiantes que han realizado estancias en universidades extranjeras con los estudiantes que se disponen a participar en programas de movilidad.

Respecto a la inserción laboral de los egresados de la titulación, está previsto que, dos años después de que salgan los primeros titulados de master, se realicen encuestas promovidas por el Rectorado de la Universidad, con la participación de la Oficina para

la Calidad, para conocer el nivel de inserción laboral de las distintas titulaciones y, también, la satisfacción con la formación recibida en la titulación de cara a la incorporación o proyección en el mercado laboral. La UCM dispone también del Programa 'Alumni', de reciente creación, dirigido a los egresados de esta Universidad, que va a realizar, entre otras actividades, un seguimiento de su inserción laboral.

En este sentido, está prevista la indagación sobre niveles de satisfacción de los egresados con la formación recibida, mediante una encuesta, en el momento en que soliciten el título oficial de las enseñanzas cursadas, en la secretaría de alumnos del Centro. Se atribuye a la Comisión de Calidad de la Facultad el análisis periódico y la valoración de toda esta información y podrá emitir propuestas de revisión y mejora de los planes de estudio de las titulaciones.

La publicación y difusión de los resultados de la calidad docente de la titulación es fácilmente accesible en la web, que recoge información sobre el Sistema de Garantía de Calidad, currículos del profesorado, Sistema de quejas y reclamaciones, memorias de verificación, memorias anuales de seguimiento, resultado de los informes de acreditación y seguimiento, encuestas de satisfacción, principales indicadores de resultados y por último, información sobre el Registro de Universidades, Centros y Títulos. El análisis de los resultados y conclusiones extraídas de las distintas reuniones de coordinación y de la Comisión de Calidad, y su consiguiente evaluación, ha permitido la realización de propuestas de mejora recogidas en las memorias de seguimiento elaboradas desde la implantación.

Como parte aplicada del SIGC pueden analizarse las Memorias e informes anuales de Seguimiento del título, disponibles en la página web del Máster (pestaña 6. Sistema de Calidad, apartado 'Memorias de Seguimiento').

El análisis de los resultados y conclusiones extraídas de las distintas reuniones de coordinación y de la Comisión de Calidad, y su consiguiente evaluación, ha permitido la realización de propuestas de mejora recogidas en las memorias de seguimiento elaboradas desde la implantación. Entre las acciones de mejora acometidas podemos destacar las siguientes:

- Se ha puesto en marcha la web propia del Máster en 'Consumo y Comercio', bajo la supervisión de la Comisión de coordinación de la titulación
- Se ha implantado el Sistema de Quejas y Reclamaciones
- Se ha establecido y aplicado un sistema de encuestas internas para la evaluación de la actividad docente
- Se han diseñado acciones para aumentar la participación del profesorado en el programa Docencia y para aumentar la participación de los colectivos implicados en las encuestas de satisfacción
- Se ha puesto en marcha la utilización de la plataforma GIPE para la gestión de las prácticas externas.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 3. SISTEMA INTERNO DE GARANTÍA DE CALIDAD (SIGC):

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración:

Se considera que el Sistema de Garantía Interno de Calidad del Centro cumple adecuadamente con los objetivos previstos en la Memoria de Verificación del Título. La Comisión del Sistema de Garantía Interno de Calidad dispone de un Reglamento de Funcionamiento aprobado por la Junta del Centro y ha llevado a cabo las funciones que se contemplaban en la Memoria de verificación y, por tanto, se configura como instrumento para recoger información, analizarla, implementar acciones de mejora y realizar su 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/organización.

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.

En relación a la inserción laboral, el curso 2016-17 constituyó la 2ª promoción de egresados, momento a partir del cual el Rectorado de la UCM se ha comprometido a realizar encuestas sobre este asunto; se encuentra en fase de implantación el protocolo de obtención de información para realizar el correspondiente seguimiento y evaluación. No disponemos todavía, pues, de información cuantificada en este apartado. Esperamos, tras la aplicación de una indagación ad hoc (prevista aplicación de cuestionario) tener constancia y un seguimiento más próximo de trayectorias laborales y, en la medida de lo posible, nivel de 'eficacia'. Podemos transmitir, con los límites obvios, nuestra impresión fundamentada de eficacia real del título en el 'mercado laboral', dado el mantenimiento de contacto con buena parte de nuestros titulados.

EVIDENCIAS

- EOS13 - Calidad (información varia: Reglamento, Memoria, planes de mejora...)
- EOS14 - Calidad (Actas reuniones, relación nominal responsables)
- EOS15 - Reclamaciones y sugerencias

DIMENSIÓN 2. Recursos

Criterio 4. PERSONAL ACADÉMICO

4.1. El personal académico del título es suficiente y reúne el nivel de cualificación académica requerido para el título y dispone de la adecuada experiencia y calidad docente e investigadora.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

a) Porcentaje de personal docente permanente/no permanente. Dedicación adecuada del personal académico al título y relación estudiante/profesor y su incidencia en el proceso enseñanza-aprendizaje.

El Máster en 'Consumo y Comercio' comprende 11 asignaturas, de las que siete con carácter obligatorio y cuatro de libre opción entre las que el alumnado debe escoger dos; todas las asignaturas, así como el Trabajo fin de Máster, tienen reconocidos 6 créditos: la suma de asignaturas cursadas y realización de TFM cubre el total de 60 créditos reconocidos al título.

Durante el año académico 2016-17, un total de 13 profesores impartía 10 de las asignaturas del Plan de Estudios. Entre esos trece profesores, las categorías de contrato se distribuyen de la siguiente manera: un 'Catedrático de Escuela Universitaria', seis 'Titular', dos 'Contratado Doctor', un 'Ayudante Doctor', tres 'Asociado'; esto se traduce porcentualmente en un 66'7% de personal docente permanente y un 33'3% no permanente. La asignatura optativa de 'Prácticas' es asignada a varios profesores, ya que la responsabilidad de tutorías que conlleva es distribuida desde el Vicedecanato de 'Política Académica, Profesorado y Estudiantes' de la Facultad de 'Comercio y Turismo' (que realiza esta distribución en función de la carga de dedicación docente de los distintos Departamentos con docencia en la Facultad); si se incluye el profesorado UCM implicado, considerando esta asignatura, la conformación del 'Equipo docente' del Máster, en función de su categoría académica, resulta una tabla que se adjunta como evidencia (EOS18):

Todas las asignaturas del título tienen un reconocimiento de 6 créditos, homogénea distribución que responde a la ponderación de contenidos planificada y contrastada cuando se diseñó el Plan de Estudios (en lógica con sus objetivos, en consenso con los Departamentos implicados). Esta dedicación lectiva facilita, por una parte, un adecuado despliegue de contenidos contemplados en los programas docentes de las asignaturas y, por otra parte, una dinámica de interacción y participación activa en clase. La implicación por parte del profesorado también se facilita cuando existe una continuidad en la asunción de responsabilidad docente en el Máster y, aunque la asignación docente -también para los cursos Máster- corresponde a los Departamentos implicados, estas primeras promociones del curso cuentan con un Equipo Docente bastante estable.

Un indicador de la fuerte implicación del profesorado en su participación en el Máster es la fluida comunicación mantenida tanto con la coordinación del mismo como con el resto de compañeros del Equipo docente. En las periódicas reuniones de docentes dos son los asuntos tratados de forma hegemónica: el grupo de alumnos, sus características, peculiaridades, necesidades y demandas, y la propia docencia, especificidades y complementos, programas e intercambios, lógica 'dialógica' buscada en el Plan de Estudios y sus posibilidades de ejecución (como ejemplo, cuando existen referentes compartidos en distintas asignaturas: búsqueda de convergencias y complementos, debate sobre formas óptimas de abordaje, propuestas sobre posibles ampliaciones o modificación y adecuación-actualización).

Desde la notificación de aprobación del Máster, en mayo de 2015, la Comisión de Coordinación mantiene reuniones periódicas (cada mes, como mínimo) para tener un seguimiento próximo de la marcha del Curso. En ellas se abordan desde asuntos relativos al proceso de matrícula (facilitación de protocolos al alumnado y atención de posibles incidencias) hasta relaciones institucionales implicadas en la marcha del curso (con el propio Rectorado, con Instituciones públicas y privadas y Organizaciones intervinientes en consumo y comercio).

Estos primeros años de realización del título, la responsabilidad de coordinación de Trabajo fin de Máster ha sido asumida por miembros del propio Equipo docente, atendiendo por una parte a la demanda formulada por los estudiantes, por otra parte buscando su adecuación con las líneas docentes e investigadoras de profesores implicados. No se descarta la posibilidad de contar para esta tarea con la participación (puntual) de profesionales externos al curso, incluso a la propia Universidad, cuando esta opción resultase adecuada y conveniente para una óptima realización de TFM.

b) La experiencia profesional, docente e investigadora del personal académico es adecuada al nivel académico, la naturaleza y competencias definidas para el título.

El nivel de cualificación académica y práctica investigadora y profesional del Equipo Docente es adecuado a los contenidos y objetivos del curso. Esta consideración se realiza a pesar de que no es la propia organización del máster, sino los distintos Departamentos implicados, los que deciden en concreto el profesor/a que asume la docencia en el mismo, en función de su distribución docente anual. Pero es precisamente esta lectura estructural, de lógica organizativa en la implicación de responsabilidad docente, lo que en buena medida (no única) explica la valoración: los Departamentos implicados en la docencia

son aquellos que, en su día, participaron de forma activa en la propuesta y/o diseño de Plan de Estudios y/o aval posterior de sus potenciales -y comprobadas- aportaciones al Máster en 'Consumo y Comercio' (proceso dialógico y de negociación que acompaña todo el protocolo desde la propuesta a la aprobación de un curso de estas características); estos Departamentos cuentan, pues, con un personal docente adecuado para la impartición de las asignaturas a ellos asignadas y cabe esperar (aunque en esto no tiene potestad directa la organización del Máster, utiliza los mecanismos a su alcance) una óptima adecuación entre asignación docente desde el Departamento y Materias-asignaturas a asumir por el profesorado (es por otra parte exigencia lógica establecida por la normativa de asignación UCM).

Los Departamentos implicados en la docencia resultan específicamente adecuados a su participación en las diversas Materias-asignaturas del Máster en 'Consumo y Comercio' (fruto de un proceso de trabajo, acuerdo y compromiso en la etapa de su diseño y propuesta); el perfil (docente, investigador, profesional) del profesorado participante resulta especialmente satisfactorio. Ver evidencia ESP18

c) Experiencia en docencia semipresencial o a distancia del personal académico, cuando sea necesaria.

El Máster en 'Consumo y Comercio' se imparte únicamente en modalidad presencial.

4.2. En su caso, la universidad ha hecho efectivos los compromisos adquiridos en los diferentes procesos de evaluación del título respecto a la contratación y mejora de la cualificación docente e investigadora del profesorado y está realizando actuaciones dirigidas a dar cumplimiento a los requisitos previstos en la normativa vigente en relación con el personal docente e investigador.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

a) Cambios en la estructura del personal académico en el periodo considerado.

En las memorias de verificación y en los informes de seguimiento no se incluyen recomendaciones relativas al profesorado, pero como se apuntaba en anterior apartado existe claro interés en contar con un Equipo de máxima calidad y adecuación al curso y un intento de mantenimiento (continuidad) de profesorado implicado (intento de evitar excesiva movilidad).

Durante el año académico 2015-16 se celebró en la Facultad de 'Comercio y Turismo' una interesante Jornada sobre Mejores Prácticas Docentes a iniciativa de la coordinación de otro Máster de esta misma Facultad, en 'Comercio Electrónico'. Esta iniciativa contó con el apoyo del Decanato de la Facultad de Comercio y Turismo (Vicedecanatos de Calidad y Alumnos y de Postgrado e Investigación) y en ella se invitó a participar al profesorado de todos los cursos 'Máster oficial' de la Facultad de Comercio y Turismo; varios miembros del Equipo docente del Máster en 'Consumo y Comercio' presentaron sus experiencias y propuestas docentes en este espacio.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 4. PERSONAL ACADÉMICO:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

El personal académico del título es suficiente y reúne el nivel de cualificación académica requerido para el título y dispone de la adecuada experiencia y calidad docente e investigadora. Se considera un valor a destacar del Máster el perfil interdisciplinar del equipo de profesores, rasgo a considerar dado lo abarcador de contenidos del Plan de Estudios (tanto 'consumo' como 'comercio' convocan una pluralidad de asuntos, perspectivas, abordajes y análisis). El equipo docente también está compuesto por profesionales que conocen -por trayectoria, por participación actual- el trabajo de investigación empírica.

EVIDENCIAS

- EOS17 - Docencia (implantación y seguimiento)
- ESP18 - Datos profesorado
- ESP18 - Equipo docente del máster en función de su categoría académica
- ESP18a - Relación de departamentos implicados en la docencia del master
- ESP19 - Participación en Proyectos de Innovación docente ESP19 - Profesorado-aportaciones en aula

Criterio 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

5.1. El personal de apoyo que participa en las actividades formativas es suficiente y los servicios de orientación académica y profesional soportan adecuadamente el proceso de aprendizaje y facilitan la incorporación al mercado laboral.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

a. Suficiencia y adecuación del personal de apoyo disponible implicado en el título, así como su capacidad para colaborar en las tareas de soporte a la docencia.

El máster cuenta con el personal de apoyo que presta sus servicios en la Facultad de Comercio y Turismo, ya que en la Memoria Verifica no está prevista la adscripción de personal de apoyo específico. La titulación hace uso de las estructuras y personal administrativo de la Facultad de Comercio y Turismo que están sometidas a todos los mecanismos de control, revisión y mejora del SGIC. En la Memoria Verifica se hace referencia a una estructura organizativa de la Facultad, que actualmente se mantiene, con un Gerente, un Jefe de Secretaría, un Director de Biblioteca, un Jefe de Conserjería y un Delegado en el Centro de los Servicios Informáticos, dependiendo de estas figuras el resto del personal de administración y servicios. Se incluye como evidencia una Tabla de Personal de Administración y Servicios de la Facultad de Comercio y Turismo.

En relación con la formación y perfeccionamiento del personal de administración y servicios (tanto funcionario como laboral), la Gerencia de la UCM, a través de la Unidad de Formación, oferta cada año una serie de actividades formativas agrupadas en varias áreas (alumnos, personal, área económica, gestión académica, prevención de riesgos laborales y técnicas de dirección y gestión). Se puede acceder al Plan de Formación para el PAS 2013/16 (y a las convocatorias en colaboración con las centrales sindicales) en el siguiente enlace: <https://www.ucm.es/unidad-de-formacion-pas>.

b) Desarrollo de acciones o programas de apoyo ajustados a las necesidades formativas de los estudiantes y orientados a mejorar la adquisición de competencias por parte de los mismos.

El Máster organiza una serie de actividades dedicadas a complementar los conocimientos regulados y mejorar la adquisición de competencias.

La Facultad de Comercio y Turismo también desarrolla acciones y programas de apoyo que responden a las necesidades formativas de sus estudiantes y están orientados a mejorar su adquisición de competencias. Durante el curso 2016-17 se han realizado las siguientes actividades:

- Jornadas de Turismo Accesible en la Facultad de Comercio y Turismo.
- Semana de la Ciencia.
- La Facultad de Comercio y Turismo celebra el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo.
- Primera Convención del Tercer Sector en la Facultad de Comercio y Turismo.
- Comercio y Turismo, una facultad joven, pero con más de 160 años de experiencia.
- 4º puesto ranking mejores másteres especializados 2016.
- 3ª posición en las titulaciones más demandadas.
- Jornadas del Vino y el Aceite de Oliva en la Facultad de Comercio y Turismo.
- La UE ofrece a nuestros estudiantes la posibilidad de formar parte del "EU Careers Ambassadors Programme".
- La Facultad de Comercio y Turismo en los medios, entrevista a la Vicedecana de Gestión Económica y RR.HH.
- El Máster Universitario en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras en TOP 20 Mundial.
- Día Internacional de la Mujer.
- "Más que refugiadxs".
- Entrevista M^a Concepción García Decana de la Facultad de Comercio y Turismo de la UCM.
- II Jornadas de Empleabilidad y Salidas Profesionales en la Facultad de Comercio y Turismo.
- Feria de empleo en Las Rozas Village. Registra tu candidatura online!
- Entrega de los Diplomas de Excelencia Docente 2015-16.
- La asociación "Cabemos Todas" de la Facultad de Comercio y Turismo obtiene el 6º puesto de los presupuestos participativos UCM por "Espacio verde para Facultad de Comercio y Turismo".
- 4ª Edición del Curso sobre Exportación de Aceite de Oliva en la Facultad de Comercio y Turismo.
- Segundo curso de Turismo Accesible en la Facultad de Comercio y Turismo.
- Acto de Graduación de los Másteres Oficiales de la Facultad de Comercio y Turismo. Curso 2016/2017.

La Biblioteca de la Facultad realiza sesiones de formación dirigidas a profesores y alumnos sobre la existencia y utilización de los recursos disponibles. Asimismo, la coordinadora del Campus Virtual de la Facultad imparte cursos de formación para profesores y da apoyo a profesores y estudiantes en la utilización del Campus Virtual, con especial atención a los estudiantes de nuevo ingreso.

Algunos profesores que imparten su docencia en el Máster participan en proyectos de innovación educativa auspiciados por el Rectorado de la UCM; son proyectos orientados a la mejora de la docencia y la propuesta de estrategias y metodologías docentes que favorecen el aprendizaje y la adquisición de competencias por los estudiantes.

El compromiso de la Facultad con las actividades dirigidas a satisfacer las necesidades formativas de los estudiantes queda patente en la figura del Delegado de la Decana para Actividades Académicas y Culturales, que ejerce las funciones de coordinador de actividades académicas y profesionales; junto a las iniciativas de otros profesores, ha impulsado la realización de un elevado número de actividades (jornadas, talleres, conferencias, seminarios) dirigidos a -y con frecuencia coparticipados por- estudiantes y profesores.

Además de las actividades docentes, para facilitar la adquisición de los resultados de aprendizaje la Facultad ha introducido como mejora programas de apoyo a sus estudiantes: el programa Buddy (<http://comercioyturismo.ucm.es/programa-buddy-de-apoyo-a>

estudiantes), cuya coordinadora es miembro del equipo docente del Máster en 'Consumo y Comercio', y el programa de Mentorías (<http://comercioyturismo.ucm.es/programa-mentorias>).

c) Alcance y efectividad de las acciones y programas destinados al apoyo y orientación profesional de los estudiantes. Durante el año académico 2016-17 se han celebrado las II Jornadas de Empleabilidad y Salidas Profesionales en la Facultad de Comercio y Turismo, destinadas a mejorar la empleabilidad del alumnado.

Además de las acciones y programas propios del título, los estudiantes tienen a su disposición la Oficina de Prácticas y Empleo (OPE) de la UCM (anteriormente con la denominación de Centro de Orientación e Información de Empleo [COIE]). Esta oficina, que depende del Vicerrectorado de Estudiantes, gestiona una bolsa de trabajo para titulados en la UCM y un servicio de orientación y formación para el empleo. La información sobre la OPE puede consultarse en el siguiente enlace: <https://www.ucm.es/ope>

d) Programas o acciones de movilidad ofertadas y adecuación y alcance las mismas.

Al tratarse de un Máster de 60 créditos a realizar en un único curso académico, los estudiantes no han hecho uso de los programas y acciones de movilidad. No obstante, la Facultad de Comercio y Turismo tiene una intensa actividad de movilidad, la cual se gestiona por su Oficina de Movilidad Internacional, dependiente del Vicedecanato de Gestión Económica y Relaciones Institucionales y la Comisión de Relaciones Internacionales.

Todas las convocatorias y procedimientos pueden encontrarse en la web de la Oficina de Relaciones Internacionales de la UCM: <http://www.ucm.es/movilidad-mobility> y en la de la Facultad de Comercio y Turismo: <http://comercioyturismo.ucm.es/relaciones-internacionales>

5.2. Los recursos materiales se adecuan al número de estudiantes y a las actividades formativas programadas en el título en todos los centros o sedes que participan en la impartición del título.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

a) Adecuación del equipamiento de los recursos materiales e infraestructuras al tamaño medio y características del grupo, a las necesidades de organización docente del título y a las actividades formativas programadas.

Las clases presenciales del Máster se desarrollan en el Aula 11 del edificio de la Facultad de Comercio y Turismo (situada en la Avenida de Filipinas número 3 de Madrid). La localización de esta Facultad, en el centro de Madrid, supone gran facilidad de acceso: se ubica cerca de estación de metro y numerosas líneas de autobuses. Por su parte, el aula asignada para la docencia resulta especialmente acogedora, no sólo cuenta con soportes informáticos para la docencia (acceso a internet, cañón, pizarra interactiva), también tiene mobiliario (mesas, sillas) adaptable a diversas dinámicas y actividades y amplia entrada de luz natural.

Además del aula en la que se imparte la docencia habitual del Máster, la Facultad de Comercio y Turismo cuenta con salas para docencia equipadas con cañón video-proyector y audio (17), dos de las cuales disponen además de pizarra interactiva. Las aulas de informática (5) tienen capacidad total para 176 estudiantes. En todo el edificio se puede acceder a la red wifi de la UCM.

Los alumnos tienen acceso a todos los equipamientos del Centro:

- Dos aulas de ordenadores para uso libre de los estudiantes
- Un salón de actos con capacidad para 323 personas
- La sala Germán Bernácer, con capacidad para 60 personas, en la que suele celebrarse la presentación y defensa de TFM
- La sala de lectura de la biblioteca con capacidad para 125 estudiantes
- Seminarios de Secciones Departamentales o Asignaturas en los que se desarrollan las tutorías, revisiones de exámenes, etc.
- Salas para la Delegación y Representantes de los Estudiantes
- Un gimnasio multiusos
- Cafetería-comedor propios

La Biblioteca de la Facultad cuenta con una superficie de 300 m², 125 puestos de lectura, 10 puntos de consulta y un importante fondo de libros y revistas en diferentes soportes. La formación especializada del personal de la Biblioteca permite proporcionar a los estudiantes información, formación y orientación adecuadas para el eficaz aprovechamiento de los recursos disponibles. Los estudiantes tienen acceso a todas las bibliotecas de la Universidad Complutense y a todos sus fondos bibliográficos a través de la página web de la Biblioteca de la Universidad: <http://biblioteca.ucm.es>

El equipamiento de los recursos materiales e infraestructuras se adecuan al tamaño medio y características del grupo, a las necesidades de organización docente del título y a las actividades formativas programadas.

La Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid ha creado una Preincubadora de Empresas. Se trata de un conjunto de servicios para el fomento y acompañamiento del emprendimiento universitario para los estudiantes de la Facultad, integrado en la Red de Preincubadoras Inter-Centros (RPIC-UCM), promovida a través de la Oficina Complutense del Emprendedor (Compluemprende) y el plan del Vicerrectorado de Transferencia de Conocimiento y Emprendimiento para ofrecer a la comunidad universitaria los recursos necesarios para emprender.

b) Inexistencia de barreras arquitectónicas y adecuación de las infraestructuras.

La Facultad cumple el requisito de adecuación y accesibilidad arquitectónica. Esto ha supuesto un esfuerzo adaptativo: en el parking de la Facultad se han instalado rampas de acceso y se puede acceder a todo el edificio a través del ascensor.

La Facultad de Comercio y Turismo cuenta con un Coordinador para Personas con Diversidad, en contacto permanente con la Oficina para la Inclusión de Personas con Diversidad (OIPD) de la UCM, Organismo dedicado a proporcionar atención personalizada a todos los miembros de la Comunidad Universitaria con diversidad funcional/discapacidad y/o requerimiento de apoyo para su actividad en el Centro: <https://www.ucm.es/oipd>

Puede consultarse la información general sobre las infraestructuras de la Facultad de Comercio y Turismo en el siguiente enlace: goo.gl/2bk0Wd

5.3. En su caso, los títulos impartidos con modalidad a distancia/semipresencial disponen de las infraestructuras tecnológicas y materiales didácticos asociados a ellas que permiten el desarrollo de las actividades formativas y adquirir las competencias del título.:

N.P.

Justificación de la valoración:

El Máster se imparte únicamente en modalidad presencial.

5.4. En su caso, la universidad ha hecho efectivos los compromisos adquiridos en los diferentes procesos de evaluación del título relativos al personal de apoyo que participa en las actividades formativas, a los recursos materiales, servicios de apoyo del título e instalaciones.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

a. Cambios en la tipología y número de recursos materiales y servicios

Ni en la memoria de verificación ni en los informes de seguimiento se hicieron recomendaciones relativas al cambio en la tipología y número de los recursos materiales y servicios. No obstante se puede destacar el Campus Virtual como un servicio utilizado por la práctica totalidad de la comunidad educativa UCM (fuerte instauración en todas las asignaturas como herramienta de interacción dinámica entre estudiantes y profesores).

El Campus Virtual UCM ofrece a los profesores la posibilidad de virtualizar sus asignaturas cada curso académico; es un conjunto de espacios y herramientas online que sirven de apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje y a la gestión docente. La plataforma que da soporte actualmente al CV-UCM es Moodle. El portal de acceso al servicio se halla disponible en la web de la UCM en <https://www.ucm.es/campusvirtual>

La organización y desarrollo del Campus Virtual corresponde al Vicerrectorado de Tecnologías de la Información, del que depende la Oficina del Campus Virtual (OCV), órgano encargado de fomentar y facilitar la utilización de las TIC en la docencia e investigación de la UCM en el contexto del Espacio Europeo de Educación Superior. La OCV está integrada por el Departamento de Mantenimiento, Desarrollo y Apoyo del Campus Virtual, los Coordinadores y Gestores del Campus Virtual y la Junta del Campus Virtual.

Como el resto de Facultades de la UCM, la Facultad de Comercio y Turismo cuenta con una coordinadora de Campus Virtual que ofrece apoyo a profesores y alumnos para la correcta utilización de esta herramienta, participa en la Junta de Coordinadores del Campus Virtual y organiza cursos de formación de distintos niveles para profesores de la facultad, entre otras funciones.

En el ámbito de los servicios online de la UCM las oficinas PARATI y SITIO resuelven incidencias técnicas relacionadas con el Campus Virtual y los servicios informáticos; puede accederse a estos servicios través del siguiente enlace:

<http://www.ucm.es/ssii/atencion-al-usuario>

b) Cambios en la estructura del personal de apoyo

Ni en la memoria de verificación ni en los informes de seguimiento anual se hicieron recomendaciones sobre cambios en la estructura del personal de apoyo.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

El Máster en 'Consumo y Comercio' se apoya, en primer lugar, en el personal y las estructuras administrativas de la Facultad de Comercio y Turismo, donde se imparte el curso, pero también de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología, corresponsable del título. Existe un amplio abanico de acciones de apoyo, desarrolladas en tres niveles: coordinación del Máster, Facultad y Universidad, que buscan responder a las necesidades formativas de los estudiantes y se orientan a mejorar la adquisición de competencias, también a brindarles orientación profesional. Los recursos materiales e infraestructuras resultan muy adecuados; a destacar la ausencia de barreras arquitectónicas, el servicio de biblioteca o la potencialidad de prestaciones del Campus Virtual UCM (CV-UCM).

EVIDENCIAS

- EOS21 - Memoria de actividades
- EOS21 - ERASMUS. Listado de convenios
- EOS22 - En página web del curso (<https://www.ucm.es/consumocomercio>)

DIMENSIÓN 3. Resultados

Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

6.1. Las actividades formativas, sus metodologías docentes y los sistemas de evaluación empleados han permitido la adquisición de los resultados de aprendizaje previstos por parte de los estudiantes y corresponden al nivel de la titulación especificados en el MECES.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

a) Las metodologías docentes y los sistemas de evaluación empleados para cada una de las asignaturas y modalidades de impartición (presencial, semipresencial o a distancia) contribuyen a la consecución y valoración de los resultados de aprendizaje previstos y estos corresponden al nivel del MECES.

El "Impreso solicitud para verificación de Títulos Oficiales" exigido para la valoración, y en su caso aprobación, de la propuesta del Máster (en el momento de presentación del Máster en 'Consumo y Comercio', año 2014, era responsabilidad de la Agencia Nacional de Acreditación) ya incluía los apartados dedicados a Metodologías docentes y a Sistemas de evaluación para cada uno de los Módulos y Materias que contempla el Plan de Estudios del Máster. Lo previsto y aprobado en aquel documento necesariamente ha de ser guía para las diversas asignaturas del título. Las Guías Docentes de cada asignatura contienen, entre otros apartados informativos, indicaciones de sus respectivas métodos docentes y sistemas de evaluación que tienen como referencia lo previsto en el documento 'Verifica'. Estas Guías docentes están disponibles en la página web del máster, apartado 4, que contiene amplia información en torno a la Planificación de los estudios en 'Consumo y Comercio'.

Esto significa que las asignaturas de una misma Materia del Plan de Estudios comparten un mismo marco metodológico y evaluativo, que se ajusta al marco general previsto en la Memoria verificada. Las actividades presenciales contemplan clases magistrales y sesiones prácticas; se pretende en ambos formatos la participación activa y la implicación del alumnado. Se parte del convencimiento de la necesidad y complementariedad de 'teoría' y 'práctica' (praxis) tanto en el plano formativo como en la aplicación pragmática. Los matices que diferencian los sistemas de evaluación tratan de responder a la diversidad propia de las distintas Materias contempladas en el Plan de estudios (Modelos y teorías de regulación en Consumo y Comercio, Metodologías de investigación e intervención en consumo y comercio, Contexto comercial y comportamientos de los consumidores en la sociedad actual). En ellos se combinan pruebas orales y escritas o presentación de trabajos en clase, con elementos propios de la evaluación continua como la participación activa, el análisis de casos prácticos o trabajos finales de asignatura.

Profesores de varias asignaturas invitan a participar en sus clases a profesionales en activo que acuden al aula aportando su experiencia profesional, sus trayectorias formativas y laborales, su propia perspectiva en contexto de las transformaciones vividas en diversos ámbitos implicados en 'consumo' y 'comercio', también de su repercusión en las relaciones laborales actuales. Son testimonios de experiencia vivida, de intervención en contexto, que generalmente los alumnos agradecen y valoran.

La Tasa de Rendimiento del título es del 96,51%, un resultado muy satisfactorio, aunque considerando que es un curso de un año académico de duración no resulta preocupante el aplazamiento de algunos créditos (generalmente presentación de TFM) para su conclusión en siguiente período lectivo. La tasa de abandono del curso durante el año 2016-17 resulta muy similar a la del año anterior, porcentualmente representa un 4'5%. Resulta éste un dato que conviene valorar en contexto ya que, no siendo alarmante el número en sí, conviene revisar de dónde (situaciones) proviene; en este caso puede haber incluso 'abandonos' que tenemos finalmente que leer en 'positivo' si se trata, por ejemplo, de una incompatibilidad por acceso a un reconocimiento profesional (acompañado de mayor exigencia en dedicación) que se anticipa a la obtención del título. La coordinación de este título atiende situaciones de previsible 'abandono' y procura atenderlas de forma particularizada.

La Tasa de Eficiencia de egresados del título es -en referencia al año académico 2016-17- del 94'31. Como ocurre en la 'tasa de rendimiento del título', el dato indica un altísimo nivel de eficiencia. La tasa de Graduación obtenida durante el año académico 2016-17, fue del 72,2%. Conviene recordar aquí que parte del alumnado opta por aplazar la presentación del Trabajo fin de Máster. No resulta éste un dato preocupante a priori, si es un aplazamiento justificado, aunque sí digno de atención (resulta un asunto difícil, desde nuestra actual experiencia, conociendo la complejidad de la gestión del TFM: definición de propuestas, recursos, disponibilidad de tutorías...)

b. Adecuación de los Trabajos Fin de Máster a las características del título.

El Trabajo Fin de Máster es una tarea en estrecho vínculo con contenidos desplegados en la trayectoria formativa, aunque el asunto tratado es de libre opción (con ese obvio límite) por parte del alumnado, y representa el momento de culminación, de cierre, de este ciclo formativo. Para realizar esta tarea, el alumnado cuenta con la orientación y el asesoramiento de la figura del 'tutor', miembro del Equipo docente. Los alumnos deben presentar, antes de las vacaciones navideñas, su solicitud de área de trabajo y/o tema de estudio, y también pueden apuntar preferencias para la figura de tutor (en las Directrices para realización de TFM hay un Anexo para que presenten esta propuesta). Al profesorado se pide que faciliten 'líneas de trabajo' y propuestas de asuntos a tratar como Trabajo Fin de Máster. La comisión de coordinación asume la propuesta de asignación de tutores, considerando tanto la información procedente de estudiantes y profesorado como la carga docente de éste y su diversa implicación en el curso; procura asimismo una distribución coherente y atenta a los diversos condicionantes apuntados por los miembros del propio equipo docente.

Al inicio de curso se presenta al alumnado, en sesión convocada con este fin, características y protocolos tanto del Trabajo Fin de Máster como de las Prácticas externas.

EL Máster en 'Consumo y Comercio' tiene su propio documento de Directrices para la elaboración-presentación de TFM, obviamente orientado por el documento original de la propia Facultad de 'Comercio y Turismo', que sirve de guía a los distintos cursos 'Máster' en ella ofertados. Este texto orientativo contiene desde la 'definición, alcance y características' del Trabajo a realizar hasta información acerca de aspectos formales y de contenido e instrucciones tipográficas y de redacción, también sobre los actos de presentación y defensa y de calificación y de su posible revisión y/o reclamación. Cada año se revisa y actualiza al menos el apartado referente a fechas de entrega y presentación-defensa de TFM en las distintas convocatorias del año académico.

El estudiante debe presentar y defender su TFM ante Tribunal calificador, para lo que debe solicitar informe favorable de su tutor (también hay Anexo específico para este acto en el documento Directrices). El profesor tutor de un TFM no podrá formar parte del Tribunal que juzgue el mismo, aunque debe entregar al tribunal (en sobre cerrado, a abrir una vez concluida la exposición-defensa) su propia valoración justificada del trabajo, que tendrá un peso del 25% en la calificación final del mismo.

c. La opinión de los estudiantes sobre la adecuación de las actividades formativas, sus metodologías docentes y los sistemas de evaluación empleados en cada una de las asignaturas que componen el plan de estudios.

En la Universidad Complutense de Madrid la opinión de los estudiantes se recoge a través del Programa de Evaluación Docente (Docentia). Las tasas de participación de los profesores, de evaluaciones y de evaluaciones positivas se analizan en las Memorias anuales de seguimiento, que se presentan a la Comisión de Calidad de Centro y al Vicerrectorado de Calidad. Para el año académico 2015-16, primero en la realización del Máster, el dato mostraba un 50% de tasa de participación en el programa de evaluación docente de los profesores, en el curso 2016-17 asciende al 76,92%. En relación al porcentaje de respuestas obtenidas, la 'tasa de participación' disminuye (en mayor o menor medida es común que esto ocurra); sin embargo, resaltamos aquí también la distancia entre la tasa obtenida anteriormente (curso 2015-16), del 14'29%, y la que refleja la respuesta obtenida en el año académico 2016-17, que alcanza el 53'85%.

Para los cursos objeto de revisión, la tasa de participación debe ponerse en relación con los requisitos de participación del programa 'Docentia'. Este programa sólo permitía a un profesor solicitar su evaluación en tres grupos entre todos los que imparte docencia, lo que significa que incluso seleccionando asignaturas del Máster no podría ser evaluado en todas las asignaturas. A esto se añade que, dado el mucho menor número de matrículas en cursos Máster que en otros de nivel Grado, ya existe una previsión a priori por el profesor de la dificultad de alcanzar el número mínimo de respuestas establecidas como mínimas desde el propio programa Docentia para completar el proceso de evaluación; reforzando esta dificultad, conviene recordar el carácter voluntario de la participación de los estudiantes en la consulta.

Se adjuntan resultados tanto de la Encuesta sobre personal docente, proporcionados por el Vicerrectorado de Calidad de la UCM como los de la propia Encuesta realizada para cada asignatura del Plan de estudios desde la coordinación del título. La lectura de estos datos debe realizarse considerando la limitada participación en las consultas, a pesar haber obtenido una valoración positiva en términos generales.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

Los resultados de aprendizaje resultan satisfactorios y se corresponden con lo esperado para un máster universitario. Las asignaturas comprendidas en las diversas Materias del Plan de Estudios tienen una misma referencia orientativa, tanto para su metodología docente como para su sistema de evaluación, que figura en la Memoria verificada del Máster, propuesta en coherencia con las líneas previstas por el MECES. Las diferentes asignaturas del Máster procuran un conjunto de actividades complementarias que buscan enriquecer la formación y ampliar el abanico referencial (contenidos, experiencias y trayectorias profesionales).

Los resultados de las encuestas docentes, mejorables en su participación, resultan positivos, mientras que se ha puesto en marcha una evaluación de calidad interna para garantizar la recepción de encuestas de calidad en todas las asignaturas.

EVIDENCIAS

- EOS1 - Guías-fichas docentes
- EOS2 - Información reuniones
- EOS6 - Prácticas (información varia)
- ESP12 - Calendario-horarios
- EOS25 - TFM defendidos (varia información)
- EOS26 - Composición Tribunales TFM
- EOS27 - TFM Directrices 2016-17
- EOS28 - Líneas para TFM (profesorado)
- EOS32 - Resultado de asignaturas (2016-17)

Criterio 7. INDICADORES DE RENDIMIENTO Y SATISFACCIÓN

7.1. La evolución de los principales datos e indicadores del título es adecuada con las previsiones del título y coherente con las características de los estudiantes de nuevo ingreso.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración:

a) La relación entre el perfil de ingreso definido en la memoria de verificación y el perfil real de estudiante de nuevo ingreso que accede al título (caso de másteres).

La coincidencia entre el perfil de ingreso definido y el perfil real de los estudiantes de nuevo ingreso resulta coherente con el sistema de selección del alumnado. Se admiten alumnos que cumplen con los criterios establecidos: en el proceso de selección se valoran las titulaciones de acceso, los expedientes académicos currículum vitae y cualquier otra documentación complementaria aportada por los solicitantes. Todas las personas que reúnen requisitos fueron convocadas para realizar entrevistas personales. La Comisión de Coordinación está implicada, y participa, en la valoración y la selección de solicitudes para el curso; en este proceso de valoración y selección, se realiza la entrevista individualizada a cada candidato que cumple requisitos (cuando el candidato no puede acudir, las entrevistas se realizan por vía electrónica: imagen y voz en tiempo real).

De acuerdo con la memoria verificada, la formación preferente de procedencia para el título son los siguientes: Grado en Comercio, Grado en Turismo, Grado/Licenciatura en Sociología, Grado/Licenciatura en Derecho, Grado/Licenciatura en Economía, Grado/Licenciatura en Dirección y Administración de Empresas u otros Grados/Licenciaturas en Ciencias Sociales y Jurídicas, siempre que los alumnos acrediten vinculación con la titulación (ya sea formación específica o experiencia profesional).

Se ofrece (fichero) información exhaustiva de matrícula del año 2016-17, de la que extraemos los siguientes datos: son de procedencia española en un 28'6% y extranjera el 71'4% (diversidad de lugares de origen), por sexo 25% son varones y 75% mujeres. Obviamente, la totalidad de matriculados tienen la formación requerida (pluralidad de carreras académicas), de ellos tienen título expedido por una Institución de Enseñanza Superior del Espacio Europeo que no sea de España el 8,33%, título oficial español no perteneciente a la UCM un 12,5%, título de sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Enseñanza Superior en un 54% (explicado por el alto porcentaje de matriculados de procedencia extranjera), título oficial de la Universidad Complutense de Madrid el 25%.

b) La adecuación y coherencia de la evolución de las tasas de graduación, rendimiento, abandono, eficiencia y éxito y su coherencia con las previsiones realizadas en la memoria de verificación.

El Criterio 6, apartado 1.a) recoge datos referidos a estos indicadores en referencia al año académico 2016-17 y se muestran coherentes con las previsiones. La tasa de rendimiento fue del 96,5%, la tasa de abandono del 4,5% (la memoria de verificación preveía la posibilidad de alcanzar el 10%), la tasa de eficiencia muestra un 72,2%.

c) Efectividad de los complementos de formación establecidos.

El Máster en 'Consumo y Comercio' no cuenta con complementos de formación.

7.2. La satisfacción de los estudiantes, del profesorado, de los egresados y de otros grupos de interés es adecuada.:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración:

a) La relación entre el perfil de ingreso definido en la memoria de verificación y el perfil real de estudiante de nuevo ingreso que accede al título (caso de másteres).

La coincidencia entre el perfil de ingreso definido y el perfil real de los estudiantes de nuevo ingreso resulta coherente con el sistema de selección del alumnado. Se admiten alumnos que cumplen con los criterios establecidos: en el proceso de selección se

valoran las titulaciones de acceso, los expedientes académicos currículum vitae y cualquier otra documentación complementaria aportada por los solicitantes. Todas las personas que reúnen requisitos fueron convocadas para realizar entrevistas personales. La Comisión de Coordinación está implicada, y participa, en la valoración y la selección de solicitudes para el curso; en este proceso de valoración y selección, se realiza la entrevista individualizada a cada candidato que cumple requisitos (cuando el candidato no puede acudir, las entrevistas se realizan por vía electrónica: imagen y voz en tiempo real).

De acuerdo con la memoria verificada, la formación preferente de procedencia para el título son los siguientes: Grado en Comercio, Grado en Turismo, Grado/Licenciatura en Sociología, Grado/Licenciatura en Derecho, Grado/Licenciatura en Economía, Grado/Licenciatura en Dirección y Administración de Empresas u otros Grados/Licenciaturas en Ciencias Sociales y Jurídicas, siempre que los alumnos acrediten vinculación con la titulación (ya sea formación específica o experiencia profesional).

Se ofrece (fichero) información exhaustiva de matrícula del año 2016-17, de la que extraemos los siguientes datos: son de procedencia española en un 28'6% y extranjera el 71'4% (diversidad de lugares de origen), por sexo 25% son varones y 75% mujeres. Obviamente, la totalidad de matriculados tienen la formación requerida (pluralidad de carreras académicas), de ellos tienen título expedido por una Institución de Enseñanza Superior del Espacio Europeo que no sea de España el 8,33%, título oficial español no perteneciente a la UCM un 12,5%, título de sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Enseñanza Superior en un 54% (explicado por el alto porcentaje de matriculados de procedencia extranjera), título oficial de la Universidad Complutense de Madrid el 25%.

b) La adecuación y coherencia de la evolución de las tasas de graduación, rendimiento, abandono, eficiencia y éxito y su coherencia con las previsiones realizadas en la memoria de verificación.

El Criterio 6, apartado 1.a) recoge datos referidos a estos indicadores en referencia al año académico 2016-17 y se muestran coherentes con las previsiones. La tasa de rendimiento fue del 96,5%, la tasa de abandono del 4,5% (la memoria de verificación preveía la posibilidad de alcanzar el 10%), la tasa de eficiencia muestra un 68,2%.

c) Efectividad de los complementos de formación establecidos.

El Máster en 'Consumo y Comercio' no cuenta con complementos de formación.

7.3. Los valores de los indicadores de inserción laboral de los egresados del título son adecuados al contexto socio-económico y profesional del título.:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración:

No disponemos de información cuantificada para este apartado. Tenemos intención de establecer próximo contacto (ya iniciado protocolo de consulta) para dirigirnos en este sentido a todo el alumnado, con el objetivo de tener constancia y un seguimiento próximo de trayectorias laborales y, en la medida de lo posible, del nivel de 'eficacia' que en esas trayectorias haya mostrado el título. Podemos transmitir, con los límites obvios, una impresión de su eficacia real en el 'mercado laboral', dado el mantenimiento de contacto con parte de nuestros titulados.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 7. INDICADORES DE RENDIMIENTO Y SATISFACCIÓN:

C: Se logra el estándar para este criterio en el mínimo nivel pero se detectan aspectos concretos que han de mejorarse y que se indican en el presente Informe.

Justificación de la valoración:

El perfil del estudiante de nuevo ingreso se corresponde con el definido en la memoria de verificación. Las tasas de rendimiento, eficiencia y abandono muestran una evolución adecuada y coherente con las previsiones también establecidas en la memoria de verificación. Las encuestas de satisfacción ofrecen resultados inconsistentes y no suficientemente representativos. Dada la pobreza de datos tanto en relación a valoración-satisfacción como respecto a la trayectoria laboral de egresados, que se muestra como un claro 'punto débil' en la información de la trayectoria del título, la mejora y ampliación de esta información es uno de sus objetivos de mejora.

EVIDENCIAS

- EOS16 - Soportes recogida de información
- EOS35 - Resultados de consultas

