

Informe autoevaluación: 4313954 - Máster Universitario en Dirección y Gestión de Empresas Hoteleras

CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

JUSTIFICACIÓN DEL CAMBIO DE VALORACIÓN:

En el anterior proceso de renovación de la acreditación del título este criterio fue calificado como "B. El estándar para este criterio se logra completamente" sin establecer recomendaciones enumeradas específicamente en el informe final.

No obstante se atienden a las siguientes observaciones que se realizan:

OBS1. Equivalencia de criterios entre las guías docentes y la memoria verificada.

Durante los cursos posteriores a la renovación de la acreditación se ha llevado a cabo una revisión de las Guías de las asignaturas con apoyo del coordinador del máster, prestando especial atención a los dos apartados en los que se observaron mayores diferencias con lo especificado en la Memoria verificada, en concreto las actividades formativas y los criterios de evaluación.

También se ha tratado periódicamente en reuniones de comisión de coordinación del máster la importancia del análisis de la adaptación de guías docentes. De este modo, todas las guías se ajustaron a lo especificado en la Memoria.

En este tema se ha trabajado juntamente con los departamentos a cuyos directores y secretarios académicos se comunican de manera directa las incidencias detectadas.

Como medidas adicionales, desde el curso 2020-21, se han incorporado como miembros invitados permanentes a los directores de Departamento que imparten clase en los títulos del centro a las Juntas de Facultad para facilitar la coordinación. También se ha elaborado un manual de indicaciones para la elaboración de guías docentes destinado al profesorado que coordina las asignaturas, de especial utilidad para el profesorado de nueva incorporación.

OBS2. Opción de impartición de algunas signaturas del máster en inglés.

El inglés se ha introducido en parte del material de las asignaturas del máster, además se han programado en el curso 2022/2023 la colaboración de ponentes invitados para impartir sesiones en inglés. Esto por ejemplo está programado para el tema de Revenue Management como parte del contenido de las asignaturas: 606996.- ALOJAMIENTOS ESPECIALES y 606997.- RESTAURACIÓN Y EVENTOS.

EVIDENCIAS:

SEG02-Informe: Mecanismos de coordinación docente-MDGEH

SEG02-Anexos

SEG03-Memorias de seguimiento y acciones de mejora

SEG03 Anexos

CRITERIO 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

JUSTIFICACIÓN DEL CAMBIO DE VALORACIÓN:

En el anterior proceso de renovación de la acreditación del título este criterio fue calificado como "B. El estándar para este criterio se logra completamente" sin establecer recomendaciones enumeradas específicamente en el informe final.

No obstante se atienden a las siguientes observaciones que se realizan:

OBS1. Disponibilidad de CV de los profesores del máster en la web.

Existe un proceso de revisión anual para actualizar los cv del profesorado del máster.

OBS2. El buzón de quejas y sugerencias no es muy utilizado.

Desde el curso 2020/21, se ha creado un Vicedecanato de Estudiantes. Entre las nuevas acciones que se ha puesto en marcha se encuentra la realización de un informe con las quejas y sugerencias recibidas tanto desde el buzón de quejas como las recibidas por correo y de manera verbal

De manera adicional, se mantiene el perfil del máster en la red LinkedIn donde se publican las actividades complementarias y los principales eventos del máster, siendo esta una herramienta muy útil de atracción de futuros candidatos y para el contacto con alumni.

SEG01-Informe: web del título

Otras evidencias: 1_Informe quejas y sugerencias 2020-21

CRITERIO 3. SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

JUSTIFICACIÓN DEL CAMBIO DE VALORACIÓN:

En el anterior proceso de renovación de la acreditación del título este criterio fue calificado como "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" estableciendo recomendaciones enumeradas específicamente en el informe final.

La situación actual de las acciones puestas en marcha es la siguiente:

RECOMENDACIONES:

R1. Se recomienda obtener información sobre la satisfacción de los empleadores.

Desde el año académico 2016-17 se ha implantado, a través de la Oficina de Prácticas, la realización de encuestas de satisfacción, tanto dirigidas a las empresas como a los estudiantes que realizan las prácticas curriculares y que, por tanto, son objeto de seguimiento al tratarse de una formación importante para los estudiantes de máster. A través de estas encuestas se obtienen datos de satisfacción de los empleadores.

Evidencias:

- SEG10 - Informe: Prácticas Externas
- SEG10 - Anexos: SEG10.1_FORMULARIO EVALUACION TUTOR ENTIDAD
- Otras evidencias: 2_Ejemplos actividades con empleadores

R2. Se recomienda establecer sistemas para incrementar la participación de los egresados en las encuestas.

R3. Se recomienda mejorar la información relativa a la inserción laboral de los egresados.

El Vicerrectorado de Calidad de la Universidad Complutense de Madrid tiene establecido un procedimiento para recabar información sobre egresados e inserción laboral. Este procedimiento se basa en una encuesta de satisfacción con la titulación de egresados cuyo envío se realiza al año siguiente al del curso de finalización de estudios, mientras que la encuesta de inserción laboral se realiza dos años después del curso de finalización. El período de trabajo de campo se lleva a cabo entre mayo y junio [ver detalle en Documentos: SEG06.1].

En cuanto a la metodología, se trata de encuestas online basadas en un sistema CAWI propio del Vicerrectorado de Calidad, con envíos de correos electrónicos de invitación con un enlace de acceso individual para el encuestado, y un correo recordatorio a aquellos egresados que no han respondido al cuestionario a la fecha del recordatorio.

En relación con la participación general en las encuestas de satisfacción, desde el Vicerrectorado se han establecido incentivos para fomentar la cumplimentación de encuestas (sorteos de artículos). En el curso 2021/22, con el objetivo de conseguir mayor participación en las encuestas, una vez realizadas las encuestas online de inserción laboral, el trabajo de campo de dichas encuestas se ha complementado con encuestas telefónicas que se han realizado desde el Vicerrectorado de Calidad con tres encuestadores telefónicos. El cuestionario es el mismo tanto en online como telefónico.

Desde la Facultad de Comercio y Turismo se complementan estas acciones con la elaboración de material divulgativo que facilita la comprensión de la finalidad de las distintas encuestas. Adicionalmente, se realizan campañas de recogida de datos para la elaboración de informes de inserción propios de los títulos que se imparten en el centro [ver detalle en Documentos: SEG06.2]. En el curso 2021-22 se ha puesto en marcha una iniciativa piloto para recabar información sobre la trayectoria de egresados a través de la red profesional LinkedIn [ver detalle en Documentos: SEG06.3].

Actualmente, también se participa como parte integrante de la Conferencia de Decanas y Decanos en Turismo en el estudio de inserción de egresados en turismo que se está llevando a cabo para toda España.

Evidencias:

- SEG06 - Informe: Egresados
- SEG06 - Anexos

Evidencias generales del SIGC:

- SEG03-Memorias de seguimiento y acciones de mejora
- SEG03 Anexos

CRITERIO 4. PERSONAL ACADÉMICO

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

JUSTIFICACIÓN DEL CAMBIO DE VALORACIÓN:

En el anterior proceso de renovación de la acreditación del título este criterio fue calificado como "B. El estándar para este criterio se logra completamente" sin establecer recomendaciones enumeradas específicamente en el informe final.

No obstante se atienden a las siguientes observaciones que se realizan:

OBS1. Falta de evidencia agregada de la actividad de investigación del profesorado.

Por parte del Rectorado de la UCM se han puesto en marcha dos iniciativas piloto para disponer de información agregada de la actividad investigadora del profesorado, cuya información está disponible por centros. En el curso 2020/21 se puso en marcha el portal bibliométrico (<https://bibliometria.ucm.es/fichaCentro/dp/22/F.+COMERCIO+Y+TURISMO.>) y en el curso 2021/22 se ha puesto en marcha el portal de producción científica (<https://produccioncientifica.ucm.es/unidades/780/publicaciones>).

Tras la fase de pruebas, la información será enlazada a la web del máster.

CRITERIO 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS Y SERVICIOS

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

JUSTIFICACIÓN DEL CAMBIO DE VALORACIÓN:

En el anterior proceso de renovación de la acreditación del título este criterio fue calificado como "B. El estándar para este criterio se logra completamente" sin establecer recomendaciones enumeradas específicamente en el informe final.

La situación actual del personal de administración y servicios es la siguiente:

En lo que respecta a la plantilla del personal de administración y servicios del centro, en la memoria Verifica modificada se hace referencia a una estructura organizativa de la Facultad, Es decir, el título no cuenta con Personal de Administración y Servicios (PAS) asignado específicamente al título si no que recibe la asistencia de los recursos humanos que tiene asignados el Centro en el que se imparte. Así, el PAS con el que cuenta el Centro (36 efectivos, a fecha de septiembre de 2022) cubre las unidades de: Gerencia; Servicios Generales; Biblioteca; Secretaría de Alumnos, Información y Registro; Informática y medios audiovisuales; Asuntos Económicos; Personal; Secretaria de Dirección; Negociado de prácticas en empresas; Negociado de Erasmus.

Se desea destacar que durante el curso 2020/2021 se adaptaron todas las aulas para la enseñanza híbrida (presencial y seguimiento en línea) para garantizar la docencia en el marco de la crisis sanitaria Covid-19.

EVIDENCIAS:

SEG05-Plataforma tecnológica de apoyo a la docencia (Campus virtual)

CRITERIO 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

JUSTIFICACIÓN DEL CAMBIO DE VALORACIÓN:

En el anterior proceso de renovación de la acreditación del título este criterio fue calificado como "B. El estándar para este criterio se logra completamente" sin establecer recomendaciones enumeradas específicamente en el informe final.

No obstante se atienden a las siguientes observaciones que se realizan:

OBS1. Metodologías docentes bastante clásicas. Falta carácter práctico.

OBS2. Valoraciones bajas en algunos aspectos de las encuestas.

El máster ha realizado con carácter interno una encuesta en el curso 21/22 con el fin de recoger información cualitativa de satisfacción que complementa los datos cuantitativos que se recogen anualmente por parte del Vicerrectorado. Esta encuesta ha obtenido valoraciones más altas de satisfacción de manera general. En concreto, destaca como aspecto más valorado las Actividades Extraordinarias. Estas actividades están orientadas a reforzar el carácter práctico e innovador de la formación del título y han sido potenciadas durante este curso realizando numerosas visitas a hoteles, charlas con profesionales del sector hotelero, seminarios sobre temas específicos relacionados con el sector: marketing Digital y Revenue Management. Se puede consultar el listado completo en la web del título: <https://www.ucm.es/masterempresashoteleras/actividades>.

Buena parte del profesorado que imparte clase en el máster participa en proyectos de innovación docente.

EVIDENCIAS:

SEG07-Informe: Proyectos Innovación-Formación Profesorado

SEG07-Anexos:

Otras evidencias: 4_Actividades-master-2021_2022

Otras evidencias: 4_Encuesta de satisfacción interna del máster_sept de 2022

Otras evidencias: 4_Satisfaccion actividades extraordinarias

CRITERIO 7. INDICADORES DE RENDIMIENTO Y SATISFACCIÓN

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

JUSTIFICACIÓN DEL CAMBIO DE VALORACIÓN:

En el anterior proceso de renovación de la acreditación del título este criterio fue calificado como "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" estableciendo recomendaciones enumeradas específicamente en el informe final.

La situación actual de las acciones puestas en marcha es la siguiente:

RECOMENDACIONES:

R1. Se recomienda obtener información sobre la inserción laboral que permita analizar la inserción en el mercado de los egresados del máster.

El Vicerrectorado de Calidad de la Universidad Complutense de Madrid tiene establecido un procedimiento para recabar información sobre egresados e inserción laboral. Este procedimiento se basa en una encuesta de satisfacción con la titulación de egresados cuyo envío se realiza al año siguiente al del curso de finalización de estudios, mientras que la encuesta de inserción laboral se realiza dos años después del curso de finalización. El período de trabajo de campo se lleva a cabo entre mayo y junio [ver detalle en Documentos: SEG06.1].

En cuanto a la metodología, se trata de encuestas online basadas en un sistema CAWI propio del Vicerrectorado de Calidad, con

envíos de correos electrónicos de invitación con un enlace de acceso individual para el encuestado, y un correo recordatorio a aquellos egresados que no han respondido al cuestionario a la fecha del recordatorio.

En relación con la participación general en las encuestas de satisfacción, desde el Vicerrectorado se han establecido incentivos para fomentar la cumplimentación de encuestas (sorteos de artículos). En el curso 2021/22, con el objetivo de conseguir mayor participación en las encuestas, una vez realizadas las encuestas online de inserción laboral, el trabajo de campo de dichas encuestas se ha complementado con encuestas telefónicas que se han realizado desde el Vicerrectorado de Calidad con tres encuestadores telefónicos. El cuestionario es el mismo tanto en online como telefónico.

Desde la Facultad de Comercio y Turismo se complementan estas acciones con la elaboración de material divulgativo que facilita la comprensión de la finalidad de las distintas encuestas. Adicionalmente, se realizan campañas de recogida de datos para la elaboración de informes de inserción propios de los títulos que se imparten en el centro [ver detalle en Documentos: SEG06.2]. En el curso 2021-22 se ha puesto en marcha una iniciativa piloto para recabar información sobre la trayectoria de egresados a través de la red profesional LinkedIn [ver detalle en Documentos: SEG06.3].

Actualmente, también se participa como parte integrante de la Conferencia de Decanas y Decanos en Turismo en el estudio de inserción de egresados en turismo que se está llevando a cabo para toda España.

Evidencias:

- SEG06 - Informe: Egresados
- SEG06 - Anexos

R2. Se recomienda obtener información sobre la satisfacción de los empleadores.

Desde el año académico 2016-17 se ha implantado, a través de la Oficina de Prácticas, la realización de encuestas de satisfacción, tanto dirigidas a las empresas como a los estudiantes que realizan las prácticas curriculares y que, por tanto, son objeto de seguimiento al tratarse de una formación importante para los estudiantes de máster. A través de estas encuestas se obtienen datos de satisfacción de los empleadores.

Evidencias:

- SEG10 - Informe: Prácticas Externas
 - SEG10 - Anexos
 - Otras evidencias: 2_Ejemplos actividades con empleadores
-