

Informe autoevaluación: 4313955 - Máster Universitario en Comercio Electrónico

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

Este informe ha sido redactado, revisado y aprobado por Coordinación de la titulación bajo la supervisión del Vicedecanato de Estudios y Calidad, contando con el análisis, revisión y aprobación por parte de la Comisión de Calidad de la Facultad de Comercio y Turismo de 12 de julio de 2023. En el Sistema de Garantía Interna de la Calidad 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 ha estado sometido a información de los grupos de interés. Finalmente ha sido aprobado en Junta de Facultad el 14 de Julio de 2023.

1) Datos identificativos del título: El Máster Universitario en Comercio Electrónico por la Universidad Complutense de Madrid se imparte en la Facultad de Comercio y Turismo. Pertenece a la rama de conocimiento de Ciencias Sociales y Jurídicas (ISCED 1, Administración y gestión de empresas e ISCED 2, Marketing y publicidad). Su tipo de enseñanza es presencial. Lo conforman 60 créditos ECTS. Se implantó en el curso académico 2013-2014 y ha sido ofrecido de manera continua desde entonces.

2) Valoración global del cumplimiento del proyecto establecido en la Memoria de Verificación: El Máster se imparte de forma eficaz, coordinada y con complacencia de las personas implicadas y es coherente con el perfil de competencias y objetivos recogidos en la memoria verificada. Desde su puesta en marcha 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. En la página web del máster (<https://ucm.es/muce/calidad-titulo>) es posible consultar las memorias anuales de seguimiento, los informes de seguimiento y verificación tanto de la UCM como de la agencia externa así como la información del SGIC.

3) Principales dificultades encontradas en la puesta en marcha y desarrollo del título: En el informe de evaluación 4313955 se abordaron dificultades identificadas en los criterios 1, 2, 3 y 6. En el criterio 1, Organización y Desarrollo, las principales dificultades encontradas se han debido a aspectos que tienen relación con la mejora de aspectos de la coordinación así como los referidos al grado de cumplimiento de los programas de las asignaturas y el solapamiento de contenidos. En el criterio 2 se trataba de aspectos relativos a la información pública del título (sincronización de información en web, así como mejora de la accesibilidad, estructura y síntesis ofrecida). En el criterio 3, se detectaron cuestiones relacionadas con el Sistema de Garantía Interna de la Calidad (incentivar la participación en las encuestas de estudiantes y profesores) y, en el criterio 6, aspectos relacionados con los Resultados de Aprendizaje (potenciar la evaluación continua y las innovaciones metodológicas docentes así como el inglés y la posibilidad de incluir certificación de herramientas en la titulación).

4) Valoración global. Los indicadores ponen de manifiesto el alto grado de cumplimiento de lo establecido en la Memoria del título puesto que su valoración es altamente satisfactoria (cumple) en todos los criterios evaluados. De ello se desprende que este Máster se imparte de forma eficaz, coordinada y a satisfacción de las personas implicadas. Esta valoración se confirma en el último informe de seguimiento ordinario, en el que todos los criterios han sido evaluados satisfactoriamente, con una B.

5) Acciones de mejora. Tal y como se ha señalado en el apartado 3, dificultades encontradas en el desarrollo del título, las acciones

de mejora han ido encaminadas a atender relacionados con los criterios 1, 2, 3 y 6. Para el criterio 1, se ha reforzado de manera progresiva el modelo de coordinación vertical y horizontal entre las diferentes asignaturas, tratando de garantizar la adecuada asignación de la carga de trabajo al estudiante. Además, se ha fortalecido el modelo de coordinación a través de los coordinadores de asignaturas y el claustro de profesores. Con respecto al criterio 2, información y transparencia se han resuelto aspectos concretos relativos a la información dispuesta y la accesibilidad de la misma de acuerdo a los informes de evaluación. En el criterio 3, Sistema de Garantía Interna de la calidad, a pesar de contar con evaluaciones positivas, se han ido aplicando mejoras con el objetivo de incentivar la participación en las encuestas de satisfacción tanto de estudiantes como de profesores. Por último, en el criterio 6, Resultados de Aprendizaje, se establecieron acciones para potenciar la evaluación continua y las innovaciones metodológicas docentes, así como potenciar el inglés en el material adicional de las asignaturas y actividades complementarias.

DIMENSIÓN 1. La gestión del título

Criterio 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO

EL PROGRAMA FORMATIVO ESTÁ ACTUALIZADO DE ACUERDO A LOS REQUERIMIENTOS DE LA DISCIPLINA Y SE HA IMPLANTADO CONFORME A LAS CONDICIONES ESTABLECIDAS EN LA MEMORIA VERIFICADA Y/O SUS POSTERIORES MODIFICACIONES.

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 estructura del plan de estudios del Máster Universitario en Comercio Electrónico (asignatura, actividades formativas, sistemas de evaluación, etc.) se ajusta completamente a lo establecido en la modificación de la Memoria Verificada del título (<https://comercioyturismo.ucm.es/file/memoria-de-verificacion-master-en-comercio-electronico>), con fecha de verificación de 23 de julio de 2013. La memoria cuenta con dos informes de verificación modificados, cuyas fechas de efectos son uno de 30 de julio de 2015 y otro de 8 de mayo de 2019 que no implican modificaciones en la naturaleza y objetivos del título, ni la organización del programa o los resultados de aprendizaje. Por tanto, se ha mantenido la estructura del plan de estudios de manera satisfactoria desde su implantación en 2013-2014, contando con informes favorables de renovación de acreditación (fecha del informe 21/12/2017) y seguimiento ordinario (fecha del informe: 14/02/2023). La información detallada sobre la estructura del plan de estudios, la distribución de créditos por materias, las competencias asociadas a módulos y materias, y el calendario de implantación se puede consultar en los puntos 4 de la página web del máster (<https://www.ucm.es/muce/planificacion-y-calidad-de-la-ensenanza>), específicamente en los apartados 4.1, 4.2, 4.3 y 4.4.

b y c) Las actividades formativas empleadas en las diferentes asignaturas del máster cumplen con los porcentajes de presencialidad y se llevan a cabo en centros autorizados. La única modificación realizada en la Memoria Verificada al respecto consistió en ajustar la presencialidad de las actividades formativas incluyéndose las pruebas de evaluación como actividad formativa presencial, que obtuvo informe favorable (2019). Estas actividades formativas son comunes a todas las asignaturas y se encuentran detalladas en las Guías Docentes, las cuales están disponibles para su consulta en la página web del máster, en el apartado 4.4 Guías Docentes. Estas actividades incluyen aspectos como la asistencia y participación en clase, el trabajo guiado, el trabajo autónomo del alumno/a, el trabajo grupal, entre otras actividades. Su implementación en las diferentes asignaturas, materias y módulos garantiza la consecución de los resultados de aprendizaje establecidos en la Memoria de Verificación y expuestos en las Guías Docentes. Las competencias y resultados de aprendizaje también se reflejan de manera adecuada en las guías docentes acorde al perfil de egreso del título, correspondiendo al nivel formativo del MECES 2.

En el proceso de renovación de acreditación anterior (año 2016) se recomendaba "ajustar los sistemas de evaluación previstos en las Guías Docentes en aquellas asignaturas que no se corresponden con la memoria" (calificación C). Tal y como figura en la memoria anual 2017-2018, tras la recepción del informe, se procedió a la renovación de todas las guías docentes por parte del coordinador, informando a los profesores de las asignaturas para las que se detectó falta de correspondencia entre el sistema de evaluación previsto y el consignado en la memoria verificada del título, aplicándose las correcciones oportunas. Este proceso se ha realizado de manera progresiva por parte del coordinador del título en colaboración con los coordinadores de las asignaturas y el claustro de profesores. En años sucesivos se ha continuado con el proceso de revisión de guías docentes para detectar posibles discrepancias trabajando directamente con los departamentos a cuyos directores y secretarios académicos se les comunica, de manera directa, las discrepancias detectadas. De este modo, desde el curso 2020-2021 se han incorporado como miembros invitados permanentes de la Junta de Facultad a los directores de los Departamentos que imparten clase en los títulos del centro 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, elemento de especial utilidad para el profesorado de nueva incorporación. La relación de asignaturas, materias y módulos que conforman el máster puede observarse en el enlace:

<https://ucm.es/muce/guias-docentes-de-las-asignaturas> El informe de seguimiento externo del curso 2021-2022 calificó el criterio 1. Organización y desarrollo con una "B".

En el Máster Universitario en Comercio Electrónico, además de los contenidos de las asignaturas, se llevan a cabo actividades formativas complementarias de manera estructurada y convenientemente planificada. Estas actividades incluyen visitas a ferias del ámbito de los negocios digitales así como charlas, conferencias y seminarios impartidos por expertos profesionales pertenecientes al ámbito del comercio electrónico. La mayoría de las actividades propuestas son de carácter voluntario y tienen como fin principal enriquecer la experiencia académica y profesional de los estudiantes proporcionándoles una perspectiva amplia del sector profesional del comercio electrónico.

d) La memoria verificada actual sigue recogiendo la posibilidad de la impartición de docencia en el título en castellano e inglés. En la actualidad no se imparte ninguna asignatura en su totalidad en inglés lo que motivó una recomendación al respecto en el último informe de renovación de acreditación (2016). No obstante, sí se han fomentado las actividades docentes complementarias impartidas en inglés mediante la incorporación de materiales en inglés y la organización de conferencias impartidas en inglés, acciones han sido evaluadas de manera favorable en el último informe de seguimiento ordinario (2022).

e) El tamaño de grupo en el Máster Universitario en Comercio Electrónico es adecuado para las actividades formativas desarrolladas en las distintas asignaturas y facilita la consecución de los resultados de aprendizaje previstos. En la Memoria de Verificación se estableció un máximo de 35 alumnos, el cual no ha sido superado, garantizando así un tamaño de grupo adecuado y asegurando la consecución de los resultados de aprendizaje previstos. Además, al tratarse de asignaturas obligatorias, no suelen producirse grandes variaciones en el tamaño de los grupos, lo que favorece la formación de un grupo homogéneo y uniforme con un sentido de pertenencia cohesionado [Tabla 03: admisión y matrícula].

f) El Máster Universitario en Comercio Electrónico incluye la realización de prácticas externas obligatorias, las cuales tienen una carga de 6 créditos ECTS. La gestión administrativa de estas prácticas se lleva a cabo en la Oficina de Prácticas de la Facultad de Comercio y Turismo. Se dispone de un sistema informático denominado GIPE (Gestión Integral de Prácticas en Empresas), que facilita los trámites tanto para los alumnos como para las entidades externas y la facultad, asegurando una coordinación eficiente entre los tutores académicos y los tutores de las entidades externas. Las prácticas se llevan a cabo en departamentos comerciales, marketing y logística de diferentes compañías, así como en pequeñas y medianas empresas que cuentan con un departamento de e-commerce, con las que se establecen acuerdos para su buen desarrollo conforme los requisitos del título.. La información relativa a las prácticas externas está disponible en el apartado 4.6 Prácticas en Empresas de la página web del máster (<https://www.ucm.es/muce/practic-as-externas>) donde se ofrece información sobre el listado de empresas colaboradoras así como un enlace a la web de la Oficina de Prácticas (<https://comercioyturismo.ucm.es/practic-as-en-empresas>) donde es posible encontrar información sobre convenios con entidades públicas y privadas, conocer el sistema de tutorías así como el proceso de solicitud y los criterios de adjudicación de las prácticas en empresas. Durante el curso 2021-2022, 16 alumnos del máster realizaron prácticas en 17 empresas. En algunos casos, la Universidad formalizó nuevos convenios [EV10.1-Informe de prácticas externas y anexos].

g) Las normativas de permanencia establecidas en el Máster Universitario en Comercio Electrónico se aplican correctamente y se corresponden con las establecidas en la Memoria Verificada. Tal como fue establecido en la memoria, se siguen las normas generales de permanencia de la Universidad Complutense de Madrid, las cuales fueron publicadas en el BOUC nº14 del 20 de noviembre de 2008 y modificadas por el acuerdo del Consejo de Gobierno con fecha del 14 de julio de 2015. El enlace a estas normas fueron incorporados en la última modificación de la Memoria Verificada (2019) y se pueden consultar también en el sitio web del máster (<https://www.ucm.es/muce/descripcion-del-titulo>). Desde la implantación del título en el curso 2013-2014 no ha sido necesario aplicar estas normas.

h) Los sistemas de transferencia y reconocimiento de créditos responden a procedimientos establecidos o criterios normativos de la propia universidad y se aplican de forma precisa y justificada, teniendo en cuenta la adecuación de los reconocimientos efectuados por formación / experiencia previa en relación con las competencias a adquirir por parte del estudiante en el Máster Universitario en Comercio Electrónico. Hasta el momento, el título no ha recibido ninguna solicitud de transferencia de crédito. Tan sólo se han reconocido créditos de Prácticas Externas por experiencia laboral. El procedimiento asegura que el estudiante ha adquirido los resultados de aprendizaje de los créditos académicos reconocidos. El máster sigue la normativa general publicada en BOUC nº 14 de 10 de noviembre de 2011y disponible en el apartado 3.4 de la web del título <https://www.ucm.es/muce/transferencia-y-reconocimiento-de-credit-os>. Estas normas fueron incorporadas de manera específica en la última modificación de la Memoria Verificada (2019), en sustitución del enlace web que remitía a la sección de normativa general de la UCM dónde se ubicaba esta norma para su consulta.

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) Coordinación vertical y horizontal: . En la modificación de Memoria Verificada realizada en 2019 se actualizó el SGIC estableciendo los mecanismos para garantizar la calidad de los títulos impartidos por la Facultad de Comercio y Turismo y la coordinación de los mismos. Este sistema está implantado y funcionando de manera satisfactoria. En un primer nivel del sistema, la Comisión de Calidad del Centro es el órgano responsable de garantizar la calidad de las titulaciones, como Comisión delegada de la Junta de Facultad. En segundo nivel, se establecen dos elementos básicos del sistema de coordinación para el título: el Coordinador/a del Máster y Claustro-Comisión de Coordinación del título [EV02-Mecanismos de coordinación y anexos].

El coordinador es el responsable del seguimiento académico de la titulación. Especialmente, se encarga de que se lleven a cabo todas las actuaciones previstas en la memoria de verificación del título y en la normativa de la UCM sobre garantía de calidad de los títulos. Como representante de la titulación, el coordinador realiza las tareas de gestión académica internas al título, así como las tareas externas que resultan necesarias para la adecuada coordinación de las titulaciones dentro de la Facultad de Comercio y Turismo y, en general, de toda la UCM. En particular, de acuerdo con la normativa general de la UCM sobre el Trabajo de Fin de Máster el coordinador garantiza que, la asignación de temas y tutores, los plazos de entrega y cualquier otro aspecto relacionado con estos trabajos, se desarrolle conforme a lo establecido. El coordinador de título define los criterios de baremación para la admisión de los alumnos/as y los criterios de valoración de méritos. Lleva a cabo el proceso de selección de estudiantes revisando el currículum vitae, calificaciones y méritos y realiza, si procede, entrevistas personales. Además, realiza las actividades de promoción y difusión del máster.

Por otra parte, existe otro mecanismo que es la comisión de coordinación del título, formada por los coordinadores de asignaturas y a cuyas reuniones se invita a todo el profesorado que forma parte del claustro. Los coordinadores de asignaturas son nombrados por cada Departamento, tienen como función coordinar la elaboración y actualización de la Guía Docente de cada asignatura, el calendario de actividades docentes, los materiales de referencia para los estudiantes y la evaluación.

La comisión de coordinación se encarga de la coordinación y coherencia académica y el seguimiento del funcionamiento interno del programa. En las reuniones se informa a los profesores de aquellas novedades que afectan a la titulación y se debate sobre los problemas concretos derivados de la docencia, tales como seguimiento del alumnado, contraste de calificaciones en casos concretos o problemas de conducta detectados y, en general, todas aquellas cuestiones puntuales que van surgiendo durante el curso y que resulten de interés para el desarrollo de la actividad docente.

En las reuniones de la Comisión de Calidad y de la Comisión de Coordinación del Título se tratan los asuntos relacionados con las modificaciones necesarias y recomendaciones establecidas en los informes de acreditación y seguimiento externos e internos [ver detalle en Documentos: EV02A y EV02B].

b y c) Presencialidad y modalidad de docencia: El Máster Universitario en Comercio Electrónico sólo se imparte en modalidad presencial en la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid. Las actividades formativas empleadas en las diferentes asignaturas del máster cumplen con los porcentajes de presencialidad y se llevan a cabo en centros autorizados. La única excepción se produjo durante la situación de emergencia sanitaria provocada por la pandemia. En este periodo, durante los cursos 2019/20, 2020/21 y 2021/22 se contempló el funcionamiento en tres escenarios distintos de docencia: presencial, híbrida, online en toda la UCM adaptando las guías docentes según las directrices marcadas por la Universidad y, en su caso, el plan de organización de la docencia del centro [EV02D- Coordinación durante Crisis Covid-19]. En el caso del máster, desde el curso 2020/21 se mantuvo la presencialidad salvo en casos excepcionales de contagio o por contacto directo con un infectado/a lo que motivó que el alumno/a pudiera conectarse a las sesiones online mientras fuese pertinente. También de adoptaron medidas extraordinarias para la gestión de las prácticas externas.

d) El plan de estudios del Máster Universitario en Comercio Electrónico cuenta con la materia Prácticas Externas (6 créditos). El centro dispone de una Oficina de prácticas y de la figura de la Delegada de la Decana para la Empleabilidad y el Emprendimiento que constituyen el mecanismo principal de coordinación de prácticas externas para todas las titulaciones del centro. Las prácticas son supervisadas por un tutor académico y un tutor de empresa. Todo el proceso de gestión de las prácticas externas (convenio, oferta y asignación) así como su desarrollo y evaluación, incluyendo la coordinación entre parte académica interna y parte empresarial externa queda registrado a través del sistema informático GIPE (Gestión Integral de Prácticas Externas). [EV10.1- Informe de prácticas externas y anexos].

e) Satisfacción de los diferentes grupos de interés involucrados en el título con los mecanismos de coordinación: Los estudiantes muestran una satisfacción con la coordinación docente de 8.2 en el 2021/2022, el profesorado valora de manera excelente la coordinación de la titulación (10 puntos). El PAS no dispone de encuesta desagregada por título, si no que valora de manera global el centro, pero cabe destacar que valoran positivamente la información de titulaciones (10), la relación y comunicación con alumnado y profesorado (7.7) así como la comunicación con los responsables académicos (7.3). Respecto a los empleadores, valoran con un 4.9 sobre 5 (9.8 sobre 10) la satisfacción con las prácticas curriculares que los estudiantes han realizado en sus instalaciones, y con un 4.7 sobre 5 (9.5 sobre 10) la adecuación de la formación del estudiante para el desarrollo de la práctica.

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) Número de estudiantes de nuevo ingreso: El número de plazas de nuevo ingreso para el Máster Universitario en Comercio Electrónico se establece en 35. La cifra se considera apropiada para la docencia y no se contemplan modificaciones. Tal y como observamos en la tabla 03.A (Admisión y matrícula) en los cursos 2019-2020 (19), 2020-2021 (22) y 2021-2022 (18) no se han superado las plazas autorizadas. Debido a la situación de pandemia la matriculación fue baja en los cursos 2020-2021 y 2021-2022, situación que se ha revertido en el curso 2022-2023 con 31 plazas de nuevo ingreso.

b y c) Perfil de acceso, requisitos y pruebas específicas. Criterios de admisión. Los apartados de sistema de información previo (4.1.) y requisitos de acceso y criterios de admisión (4.2.) fueron actualizados en la última edición de la Memoria Verificada (2019). Estos cambios se refieren a la redacción de la información sobre el nivel requerido de castellano para estudiantes procedentes de países no hispanohablantes y a cambios en los grados de procedencia, criterios de baremación y concreción del tipo y duración de experiencia profesional requerida en los casos establecidos. A continuación, se detalla la información actualmente vigente sobre perfil de acceso, requisitos y pruebas específicas aplicables al máster que permiten un adecuado ajuste de las personas que ingresan en el título.

Para acceder al Máster Comercio Electrónico será 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.

Asimismo, podrán acceder los titulados conforme a 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. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo de que esté en posesión el interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas de máster.

Se considerará como requisito imprescindible previo un nivel mínimo 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 deberá acreditar un nivel C1 en el mismo con un certificado expedido por un CENTRO OFICIAL: Instituto Cervantes, CSIM o Escuela Oficial de Idiomas (no se aceptarán certificados privados).

Los grados de procedencia preferentes (pero no exclusivos) son los siguientes: 1. Grado en Comercio; 2. Grado en Administración de Empresas; 3. Grado en Ingeniería del Software; 4. Grado en Ingeniería de Computadores; 5. Grado en Ingeniería Informática; 6. Grado en Gestión Informática Empresarial (CES FELIPE II). Adicionalmente, otros títulos en Ciencias Sociales y Jurídicas a un segundo nivel. Se tendrá en cuenta si en el CV presentado los candidatos acreditan ser profesionales de empresas de venta online o emprendedores que deseen desarrollar su modelo de negocio mediante plataformas de comercio electrónico.

Los criterios de baremación y número máximo de puntos serán los siguientes (sobre un total de 100): Expediente académico en la titulación de acceso (50), currículum vitae (20), adecuación del perfil del candidato a los objetivos y contenidos del programa (20) y conocimientos de idiomas adicionales a los obligatorios acreditados por organismos oficiales (10).

La Comisión del Máster concretará la forma de aplicar el baremo en el marco del proceso de selección. Dicho equipo podrá contar con el apoyo de profesores del centro o asesores externos para situaciones específicas que así lo requieran, siendo habitual la realización de entrevistas personales como parte del proceso de selección de candidaturas.

Tal y como aparece en la TABLA 04. Adecuación del perfil de ingreso, en el curso 2021-2022 accedieron 18 alumnos de nuevo ingreso. Ocho procedentes de la Universidad Complutense de Madrid y 3 más de universidades nacionales. Se incorporaron 7

alumnos internacionales procedentes de universidades latinoamericanas. La mayoría de alumnos proceden de los Grados en Comercio, Administración y Dirección de Empresas, Comercio Exterior y Publicidad y Relaciones Públicas. Se incorporó un alumno de Ingeniería de Telecomunicación y una alumna del Grado en Turismo. Una alumna procedía de estudios de Doble Grado en Comercio y Turismo de la UCM.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 1. ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: El título actualmente está implantado correctamente según las condiciones establecidas en Memoria verificada vigente. Habiendo superado satisfactoriamente de manera global el proceso de renovación de acreditación anterior. En el informe final de renovación de la acreditación anterior de 2016, se obtuvo una valoración del Criterio 1: C. En años posteriores se han atendido las recomendaciones recibidas siendo valoradas satisfactoriamente en el informe final de seguimiento ordinario voluntario realizado en 2022, de manera que este criterio elevó su calificación a B. Las medidas puestas en marcha, como la revisión de guías es una medida continua, dado que todos los cursos académicos se detectan discrepancias que son comunicadas a los departamentos y al profesor/a responsable para su subsanación.

Listado de evidencias:

EV01. Guías docentes.

EV02. Documentación e informes que recogen mecanismos de coordinación docente.

EV10.1 Procedimiento interno de gestión de Prácticas externas (a, b, c, d, e)

EV11. Aplicación de criterios de admisión

Tablas:

- Tabla 03.A

- Tabla 04

- Tabla 07

Criterio 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA

LA INSTITUCIÓN DISPONE DE MECANISMOS PARA COMUNICAR DE MANERA ADECUADA A TODOS LOS GRUPOS DE INTERÉS LAS CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA Y DE LOS PROCESOS QUE GARANTIZAN SU CALIDAD.

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: La información de la web es revisada y actualizada periódicamente garantizando la veracidad y accesibilidad de la información acorde con la Memoria de Verificación del Máster. Siguiendo las recomendaciones del Informe de Acreditación Definitivo (21/12/2017) así como las recomendaciones de los seguimientos internos de los años sucesivos, se ha mejorado la accesibilidad de la información pública disponible del título así como la estructuración de contenidos y la síntesis de la información. Entre las mejoras, cabe destacar el acceso a los CV de los profesores en la web (<https://ucm.es/muce/claustro>), la accesibilidad en la categoría acceso y admisión de estudiantes (ítem de información sobre transferencia y reconocimientos de créditos: <https://ucm.es/muce/transferencia-y-reconocimiento-de-creditos>) posibilitando que el enlace condujese directamente a los documentos referentes a la normativa, el acceso directo a las encuestas de satisfacción de los diferentes colectivos e inserción laboral, dentro del Sistema de Garantía de Calidad: <https://ucm.es/muce/calidad-titulo>, y la actualización de la información sobre inserción laboral <https://ucm.es/muce/68-informacion-sobre-insercion-laboral-y>).

a) La información sobre el título es pública y de libre acceso para los agentes interesados a través de la web <https://www.ucm.es/muce/> La información se ofrece a los agentes interesados, con anterioridad al inicio de curso. En ella se incluye la denominación de la titulación, vías de acceso al título y perfil de ingreso recomendado, estructura del plan de estudios (ECTS), centros de impartición, modalidad y posibles ámbitos de desempeño profesional.

b) La web contiene acceso a las guías docentes del título para todas las asignaturas (<https://ucm.es/muce/guias-docentes-de-las-asignaturas>) incluidas las prácticas externas y los Trabajos Fin de Máster con la descripción de cada asignatura (ECTS, resultados de aprendizaje, actividades formativas y sistemas de evaluación, profesorado responsable, horarios, aulas y calendario de exámenes).

c) información sobre el Sistema Interno de Garantía de Calidad: se encuentra disponible en la web del máster (<https://www.ucm.es/muce/calidad-titulo>) donde se pueden consultar sus responsables (<https://www.ucm.es/muce/67-breve->

descripcion-de-la-organizacion), los procedimientos y acciones de mejora puestas en marcha (<https://www.ucm.es/muce/64-mejoras-implantadas-derivadas-del-1>), así como información sobre los principales resultados del título (<https://www.ucm.es/muce/encuestas-e-indicadores>) y el Sistema de quejas y reclamaciones (<https://www.ucm.es/muce/65-sistema-de-quejas-y>).

d) información sobre características del programa formativo autorizado y del resultado de los procesos de evaluación y acreditación. En la web del título se encuentra disponible la información del RUCT (<https://www.ucm.es/muce/registro-unificado-de-centros-y-titulaciones-del-ministerio-de-educacion-ruct>) así el acceso a los informes de seguimiento y verificación mediante enlace directo a la UCM en el apartado 6.2. de la web del máster (<https://www.ucm.es/master-en-comercio-electronico>).

e) Información sobre satisfacción de los grupos de interés. La web del máster recoge información de satisfacción de estudiantes, profesorado y PAS (<https://www.ucm.es/muce/encuestas-e-indicadores>), egresados (<https://www.ucm.es/muce/68-informacion-sobre-insercion-laboral-y>).

f) Procedimiento para actualización de información en diferentes portales. Este aspecto fue objeto de recomendación en el anterior informe de acreditación (2016), como respuesta la información se centralizó en la web <https://www.ucm.es/muce/> si bien es posible acceder a información sobre el máster a través de la web de la Facultad de Comercio y Turismo y la sección "estudiar" de la UCM. Para evitar duplicidades, y atendiendo a las recomendaciones del informe de acreditación se puso en marcha una reunión monográfica de coordinadores de título para evaluar la revisión de los espacios web y el tratamiento de la cuestión en Comisión de calidad de manera generalizada para todas las titulaciones de la Facultad. Fruto de estas reuniones se acordó la revisión sistemática de los espacios web para mantener la información sincronizada en cada titulación.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 2. INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: La información objetiva y suficiente sobre el título está disponible y accesible en la web institucional del título, por lo que cumple bien este criterio de información y transparencia. Esta información dispone de un proceso de actualización periódico que es supervisado por la universidad. En el informe final de renovación de la acreditación de 2016, se obtuvo una valoración del Criterio 2: C. En el informe de autoevaluación de seguimiento voluntario de 2022 se justificó cómo habían sido atendidas las recomendaciones recibidas, elevándose la calificación a B. En el presente informe se hace referencia a la web del título <https://www.ucm.es/muce> para respaldar el cumplimiento del estándar.

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

LA INSTITUCIÓN DISPONE DE UN SISTEMA DE GARANTÍA INTERNA DE CALIDAD FORMALMENTE ESTABLECIDO E IMPLEMENTADO QUE ASEGURA, DE FORMA EFICAZ, LA MEJORA CONTINUA DEL TÍTULO.

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) La Facultad de Comercio y Turismo cuenta con un Sistema Interno de Garantía de la Calidad (SGIC). Este sistema fue modificado y contó con la aprobación de la Oficina de Calidad de la UCM el 1 de febrero de 2017 (<https://comercioyturismo.ucm.es/file/sgic-f-comercio-y-turismo-def-2-febrero-2017>). Dicha actualización se incorporó en la última modificación de la Memoria Verifica (2019). El responsable de garantizar la calidad interna de los títulos de la Facultad de Comercio y Turismo será el/la Decano/a de la Facultad o persona en quien delegue. Actualmente, la Comisión de Calidad del Centro es el órgano responsable de garantizar la calidad de las titulaciones impartidas en la Facultad de Comercio y Turismo, como Comisión delegada de la Junta de Facultad, y presidida por la Vicedecana de Estudios y Calidad. La relación nominal de la composición de la Comisión de Calidad se encuentra publicada en la web de la Facultad:

<https://comercioyturismo.ucm.es/file/relacion-nominal-de-los-responsables-del-sgic>. Toda la información relativa a su funcionamiento se encuentra disponible en: <https://comercioyturismo.ucm.es/sistema-de-garantia-interna-de-calidad-sgic>.

También puede consultarse esta información en la web del máster: <https://ucm.es/muce/67-breve-descripcion-de-la-organizacion>.

b y c) La Comisión de Calidad se reúne periódicamente, al menos, tres veces durante el curso académico. En estas reuniones se analiza la información de los títulos, siendo especialmente importantes las sesiones de evaluación de memorias de seguimiento anuales internas, y se toman decisiones respecto a los planes de mejora internos que acompañan dichas memorias anuales. Asimismo, se analizan los informes de evaluación y seguimiento internos (anuales) y externos (ordinarios, especiales, etc.) y se

atienden las recomendaciones y modificaciones necesarias recibidas. Este organismo es quien, en caso necesario, propone actualizaciones y modificaciones de los títulos, también es quien coordina los procesos de evaluación interna para la acreditación de los títulos [Ref. Evidencias actas comisión de calidad].

d) Tanto la información del funcionamiento del SIGC como las memorias de seguimiento interno y externo, los planes de mejora asociados a las mismas y los resultados de las evaluaciones, se encuentran disponibles en la web de la Facultad de Comercio y Turismo (<https://comercioyturismo.ucm.es/calidad>) como en la web del máster (<https://www.ucm.es/muce/calidad-titulo>).

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.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: La Universidad Complutense de Madrid tiene establecido un procedimiento para el análisis del funcionamiento de los títulos que imparte, la formulación de acciones de mejora y su seguimiento. Dicho procedimiento se basa en un proceso con tres fases.

FASE 1. Elaboración de memorias de seguimiento anuales, donde se recogen y analizan datos relativos a las siguientes dimensiones: (0) información pública del título; (1) estructura y funcionamiento del Sistema de Garantía de Calidad del Título; (2) análisis de la organización y funcionamiento de los mecanismos de coordinación del título; (3) análisis del personal académico; (4) análisis del funcionamiento de quejas y sugerencias; (5) indicadores de resultado y satisfacción del título, incluyendo prácticas externas y movilidad; (6) tratamiento dado a las recomendaciones de los informes de verificación, seguimiento y renovación de la acreditación; (7) modificación del plan de estudios; (8) relación y análisis de las fortalezas del título; (9) relación de puntos débiles del título y propuesta de mejora. Dicho análisis queda recogido en las memorias de seguimiento anuales que son revisadas y aprobadas en Comisión de Calidad y Junta de Facultad o comisión delegada. Una vez aprobadas son enviadas para su evaluación por parte del Vicerrectorado de Calidad y puestas a disposición pública a través de la web (<https://comercioyturismo.ucm.es/memorias-anuales-de-seguimiento>) [Ver detalle Documentos EV03.1A].

FASE 2. Informe anual de seguimiento UCM. Desde el Vicerrectorado de Calidad se realiza una evaluación de la memoria de seguimiento anual del título y emite un informe de seguimiento. Dicho informe queda a disposición pública a través de la web (<https://www.ucm.es/master-en-comercio-electronico>) [Ver detalle Documentos EV03.1B].

FASE 3. Durante el curso académico siguiente se realiza un seguimiento de las mejoras planificadas y su implantación a través de la Comisión de Calidad del Centro y la Comisión de Coordinación del Título. Las mejoras implantadas se publican en la web del centro y del título: <https://comercioyturismo.ucm.es/file/mejoras-implantadas-comercio>. Las mejoras previstas no implantadas son revisadas y, en su caso, reformuladas incorporándose en el plan de mejora de las memorias de seguimiento del curso siguiente. [Ver detalle Documentos EV03.1C]

El resultado de este proceso se encuentra también disponible en la web del máster <https://ucm.es/muce/calidad-titulo>, donde es posible consultar las memorias anuales de seguimiento con sus respectivos planes de mejora (apartado 6.1: <https://comercioyturismo.ucm.es/memorias-anuales-de-seguimiento>), los informes de seguimiento (apartado 6.2: <https://www.ucm.es/master-en-comercio-electronico>), las mejoras implantadas derivadas del SGIC <https://ucm.es/muce/64-mejoras-implantadas-derivadas-del-1>, una relación de encuestas e indicadores <https://ucm.es/muce/encuestas-e-indicadores> y una descripción del sistema de quejas y sugerencias: <https://ucm.es/muce/65-sistema-de-quejas-y>

En el anterior proceso de renovación de la acreditación del título se recibió como recomendación tomar medidas para incentivar la participación en las encuestas de satisfacción de estudiantes y profesores. Desde entonces se pusieron en marcha varias medidas tanto desde el Vicerrectorado (sorteos de artículos) y desde la Facultad de Comercio y Turismo (elaboración de material divulgativo, campañas de recordatorio por parte de la coordinación del título, elaboración de sesiones monográficas, elaboración de guía explicativa sobre la evaluación de la calidad para profesores y estudiantes). En la tabla 7. Indicadores de satisfacción, se observa tanto la participación como los resultados ha mejorado de manera ostensible en el curso 2021-2022, lo que ha sido valorado positivamente (valoración B) en el último informe de seguimiento ordinario (14/02/2023).

El resultado de las encuestas realizadas por la UCM y los informes del centro se encuentran disponibles en la web de la Facultad de Comercio y Turismo (<https://comercioyturismo.ucm.es/resultados-de-la-encuesta-de-insercion-laboral-de-los-egresados>).

VALORACIÓN GLOBAL DEL SISTEMA DE GARANTÍA INTERNO DE CALIDAD (SGIC):

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: SIGC del Grado está implantado con éxito y cumple adecuadamente con los objetivos previstos en la memoria de verificación de la titulación. La Comisión del SIGC tiene reglamento de funcionamiento aprobado por el Centro. La Comisión ha realizado las funciones que se le encomendaban en la Memoria de Verificación, realizando un adecuado seguimiento del cumplimiento de los objetivos de la titulación, y del funcionamiento y desarrollo de la actividad docente. La calidad del título se garantiza con la Comisión de Calidad de Estudios de la Facultad y la Comisión de Coordinación del Máster. El procedimiento de quejas, sugerencias y reclamaciones sobre la titulación está implantado. Toda la información relativa al SIGC está disponible en la página web de la titulación.

En el informe final de renovación de la acreditación de 2016, se obtuvo una valoración del Criterio 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. En el informe de autoevaluación del seguimiento ordinario realizado en 2022 se explicó la situación de la recomendación recibida (incentivar la participación en las encuestas de satisfacción de estudiantes y profesores) aportando evidencias y como consecuencia en el informe final de seguimiento ordinario de 2022 se valoraron positivamente las medidas implantadas elevando la calificación del criterio a una B.

LISTADO DE EVIDENCIAS QUE AVALAN EL CUMPLIMIENTO DE LA DIRECTRIZ

EV02A - Actas de la Comisión de Calidad.

EV03.1 - Documento relacionado con el SGIC y sus procedimientos.

Anexos de EV03.1 - Anexos del documento relacionado con el SGIC y sus procedimientos.

EV03.2-Resumen quejas 2021-22

EV12. Informe resultados de los procesos de evaluación del profesorado para el título (DOCENTIA)

<https://comercioyturismo.ucm.es/calidad>

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

<https://comercioyturismo.ucm.es/buzon-de-sugerencias-y-quejas>

DIMENSIÓN 2. Recursos

Criterio 4. PERSONAL ACADÉMICO

EL PERSONAL ACADÉMICO QUE IMPARTE DOCENCIA ES SUFICIENTE Y ADECUADO, DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS DEL TÍTULO Y EL NÚMERO DE ESTUDIANTES.

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 vinculado permanente/no permanente: De acuerdo con los datos proporcionados por el Centro de Inteligencia Institucional de la UCM, a través del Sistema Integrado de Datos Institucionales (SID) y disponibles en la Tabla 01.A, la estructura del personal académico muestra para el curso 2021/22 una proporción de personal permanente del 42% de profesorado que imparte clase en el título y un 58% de profesorado no permanente. Del profesorado no permanente, un 18% corresponde a la categoría de Profesor Ayudante Doctor, figura susceptible de estabilizar a personal permanente. Del total de profesorado, un 47% corresponde a Profesores Asociados, especialistas de reconocida competencia en la materia para la que son contratados. Estos imparten docencia relacionada con su actividad profesional. La UCM tiene establecido un plan de estabilización del profesorado que permite ir consolidando progresivamente al profesorado que imparte clase en los distintos centros y títulos. En concreto, en el Máster de Comercio Electrónico, en el curso 2022/2023 la proporción de personal permanente se ha incrementado hasta alcanzar el 50%. La dedicación del personal académico en cuanto al reparto de carga docente se considera adecuada, siendo la ratio estudiante/profesor en el curso 2021/22 de 18/19, lo que supone 0.95 estudiantes por profesor que imparte clase en el título, donde un profesor tiene un tamaño de grupo máximo de 18 estudiantes en el aula.

b) Experiencia profesional, docente e investigadora. En total, un 57,9% de los créditos del Máster en Comercio Electrónico se imparten por profesionales especialistas, lo que resulta altamente apropiado para un título de carácter profesionalizante. El 42,1% restante de los créditos del título se imparte por profesores con dedicación exclusiva a la Universidad, con figuras contractuales que exigen el grado de Doctor y competencia investigadora por su previa acreditación. Concretamente, imparten docencia en el máster un Catedrático de Universidad, dos Catedráticos de Escuela Universitaria, un Profesor Titular de Universidad, dos Profesores Contratados Doctores, dos Profesores Ayudantes Doctores, dos Profesores Colaboradores y 9 Profesores Asociados con notable experiencia profesional. La estructura del personal académico del Máster en Comercio

Electrónico reúne 12 sexenios de investigación. El CV académico y profesional de los docentes se puede consultar en la sección: <https://ucm.es/muce/claustro>. La evolución en este aspecto ha sido notable alcanzándose en el curso 2022-2023 el 50% de profesorado permanente. Los profesores no permanentes son profesionales de prestigio acreditado y representan el 50% del profesorado (TABLA 01.B Evolución del personal académico del título).

c) Experiencia en docencia híbrida o virtual del personal académico. Este máster se imparte exclusivamente en modalidad presencial, con excepción del periodo de crisis sanitaria que impidió la docencia presencial. Igualmente este periodo de crisis ha tenido como resultado la adquisición de experiencia en docencia virtual y posteriormente en docencia híbrida por parte del profesorado.

d) Perfil y número de profesores que tutorizan y dirigen TFM: El Máster cuenta con 6 tutores de Trabajo Fin de Máster, uno centrado en la tutorización de trabajos individuales y cinco que tutelan trabajos bajo la modalidad de Business Game. El equipo de profesores tutores está compuesto por tres profesores asociados y tres profesores con vinculación permanente a la universidad EV04.2.1-Listado de TFM.

e) Satisfacción de los diferentes grupos de interés involucrados en el título con el personal académico: Tal y como se muestra en la tabla 07, los estudiantes muestran en los cursos 2019-2020 (9,5 puntos), curso 2020-2021 (9 puntos) y curso 2021-2022 (8,5 puntos) una alta satisfacción con la actividad docente del profesorado. Además, tras varios años con bajas calificaciones, en el curso 2021-2022 la coordinación docente superó el aprobado con 8,25 puntos. La evaluación del programa DOCENTIA también muestra datos satisfactorios para el profesorado, en el curso 21/22 participó el 78'9% del profesorado en el programa, de los que pudieron ser evaluados el 40%, todo el profesorado que pudo ser evaluado recibió una valoración positiva (EV12-Informe resultados DOCENTIA).

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: el profesorado del máster se ha incrementado desde el curso posterior a la renovación a la acreditación, pasando de 17 profesores en 2017/2018 (9 Asociados, 2 Ayudante Doctor, 3 Catedrático de Universidad, 1 Contratado Doctor, 2 Titular de Universidad) a 19 en el curso 2020/21 (9 Asociados, 2 Ayudante Doctor, 2 Catedrático de Escuela Universitaria, 1 Catedrático de Universidad, 2 Colaborador, 2 Contratado Doctor, 1 Titular de Universidad) y 20 en el curso 2022/2023 (8 Asociados, 2 Ayudante Doctor, 2 Catedrático de Escuela Universitaria, 1 Catedrático de Universidad, 1 Colaborador, 3 Contratado Doctor, 3 Titular de Universidad). En términos generales ha supuesto el incremento de la proporción del profesorado permanente que ha pasado de representar un 38% a un 50% del claustro del máster. En los últimos años, el claustro de profesores del Máster se ha mantenido más o menos estable, más allá de algunos cambios derivados de la no renovación de profesorado asociado o ajustes de los departamentos.

b) Implicación institucional y actuaciones dirigidas a cumplir con el porcentaje de doctores en el plazo previsto (RD 640 / 2021). La proporción de profesorado con grado de doctor ha sido objeto de seguimiento por el SGIC y queda reflejada en las memorias de seguimiento elaboradas anualmente. Desde el Decanato se han mantenido periódicamente reuniones con el Rectorado para reforzar la convocatoria de concursos de acceso a plazas de cuerpos docentes universitarios, especialmente adscritas al centro, y la promoción del profesorado para cumplir con el porcentaje de profesores tanto a tiempo completo como con grado de doctor deseable. En los últimos años se ha realizado un esfuerzo por incrementar en el centro la incorporación de profesorado a tiempo completo con grado de doctor y con mayores posibilidades de conversión en permanente. Desde Rectorado se han puesto en marcha varios planes para profesorado, el actual Plan de Actuaciones en Profesorado (2020-2023) puede consultarse aquí (<https://www.ucm.es/plan-actuaciones-profesorado-2020-23>). Entre las acciones que implica este plan se destacan las convocatorias anuales para la estabilización de profesorado que permite la acelerar la promoción de profesores a TC no permanente hacia figuras permanentes y la incorporación de profesorado a TP y personal investigador a figuras de PDI a TC. También se destaca la convocatoria de plazas de potenciación estratégica, en la que los departamentos pueden realizar propuestas de creación de plaza de PDI a las facultades (como facultad se puede proponer hasta 2 propuestas al año), siendo en la Facultad de Comercio y Turismo criterio indispensable para aprobar la propuesta que sean plazas de personal doctor a TC promocionable a permanente.

Como resultado se puede observar, por una parte, que se ha incrementado la proporción de profesorado permanente en el título tal como se ha mencionado en el apartado anterior, así como la proporción de profesorado que dispone del grado de doctor. Los profesores doctores suponían una proporción del 47% en el curso 2017/2018, proporción que se ha mantenido en el curso

2021/2022 y que se ha superado en 2022/2023 hasta alcanzar el 60% (2 Ayudante Doctor, 2 Catedrático de Escuela Universitaria, 1 Catedrático de Universidad, 3 Contratado Doctor, 3 Titular de Universidad, adicionalmente, 1 asociado también dispone de título de doctor, un mérito valorable en la evaluación de plazas).

c) Acciones de formación docente en los métodos de enseñanza y el uso de nuevas tecnologías:

En lo que respecta a formación, en la Universidad Complutense de Madrid existe un Plan de Formación Integral del PDI con los siguientes objetivos: (1) Impulsar la formación permanente del PDI como una actividad inherente a la profesión docente e investigadora; (2) Mejorar la calidad de la docencia, mediante la adquisición de habilidades, competencias y metodologías docentes; (3) Estimular la innovación, la formación grupal y el intercambio de experiencias; (4) Dotar al PDI de herramientas y técnicas que le permitan impulsar su actividad investigadora, su carrera académica y su capacidad de gestión e impacto social. Los cursos propuestos, de distinta intensidad y modalidad horaria, se organizan en torno a las siguientes áreas competenciales: Docencia; Investigación; Gestión; Impacto Social; Competencias Transversales. La información se encuentra disponible aquí: <https://cfp.ucm.es/formacionprofesorado/>.

Adicionalmente, la Facultad de Comercio y Turismo también organiza cursos de formación para el profesorado. Durante el curso 2021/2022 se organizaron tres cursos en los que participaron un total de 32 profesores que imparten clase en distintos títulos del centro y concretamente del máster [ver detalle en Documento: EV07A].

En lo que respecta a la participación en proyectos de innovación docente, actualmente se dispone de información sobre proyectos liderados por personal adscrito a la Facultad de Comercio y Turismo, cuya relación está publicada en la web del centro (<https://comercioyturismo.ucm.es/proyectos-de-innovacion-docente-y-calidad-de-la-facultad>). En los últimos cuatro cursos, se han liderado una media de 5'8 proyectos por curso. Desde 2015 se han liderado una acumulado de 39 proyectos de innovación docente cuyos informes pueden consultarse en el repositorio de la UCM (<https://eprints.ucm.es/view/tipocentroagrupa/pimcd/25/>). Se dispone de listado histórico de proyectos de innovación docente con el PDI del centro participante en los mismos y listado no exhaustivo de profesorado del máster participante en proyectos [ver detalle en Documentos: EV07B].

Siguiendo las recomendaciones del Informe de Acreditación Definitivo (21/12/2017) desde la coordinación del título se ha potenciado la evaluación continua y las innovaciones metodológicas docentes. Dado el carácter profesionalizante del máster, desde su implantación, se fomentan actividades y trabajos que requieren desarrollo y exposición. Así figura, conforme a Memoria Verificada, en las guías docentes de las asignaturas donde los trabajos de clase y la participación cuentan con un notable porcentaje sobre la evaluación final.

Desde el inicio del programa formativo se han venido impulsando actividades complementarias de extensión ligadas a la innovación metodológica docente. En la memoria anual de seguimiento (2017-2018) se valoraron positivamente acciones previas como la utilidad del "Laboratorio de ideas sobre Trabajos Fin de Máster" así como la I Jornada sobre Mejores Prácticas Docentes en Máster organizada por la Facultad de Comercio y Turismo en noviembre de 2016.

Durante el curso 2021-2022 dos profesores del máster han participado en la 2ª edición del Seminario de Formación en pantallas interactivas para su aplicación docente celebrado el 26 de enero de 2022.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 4. PERSONAL ACADÉMICO:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: Tal y como se presenta en los puntos anteriores, se observa que el personal académico del título es suficiente y cuenta con una experiencia profesional, docente e investigadora adecuada al nivel académico, la naturaleza y competencias definidas para el máster. Se trata de un grupo de profesores que apuesta por la formación docente continua y que incluye en su dedicación la participación en proyectos de innovación docente que refuerzan (o pueden reforzar) la docencia. El perfil y número de profesores que tutorizan y dirigen TFM es adecuado y se observa un alto nivel de satisfacción con la labor docente. Los cambios en la estructura del personal académico ha mejorado y se mantiene el compromiso para cumplir con el porcentaje de doctores que exige el Real Decreto.

En el informe de renovación de acreditación de 2016 este apartado fue valorado satisfactoriamente con una B, continuando actualmente en la misma línea de trabajo.

Listado de evidencias:

EV04.2.1-Listado de TFM.

EV04.2.2 Actas Tribunales TFM.

EV07A-Profesorado_Programas de formación

EV07B-Profesorado_Proyectos de innovación docente 2021-22

Criterio 5. PERSONAL DE APOYO, RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

EL PERSONAL DE APOYO, LOS RECURSOS MATERIALES Y LOS SERVICIOS PUESTOS A DISPOSICIÓN DEL DESARROLLO DEL TÍTULO SON LOS ADECUADOS EN FUNCIÓN DE LA NATURALEZA, MODALIDAD DEL TÍTULO, NÚMERO DE ESTUDIANTES MATRICULADOS Y COMPETENCIAS A ADQUIRIR POR LOS MISMOS.

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) El máster cuenta con personal de apoyo que presta sus servicios en la Facultad de Comercio y Turismo. Sin embargo, en la Memoria de Verificación no se prevé la adscripción de personal de apoyo específico. La titulación utiliza las estructuras y el personal administrativos de la Facultad de Comercio y Turismo, que están sujetos, al igual que otros aspectos, a todos los mecanismos de control, revisión y mejora del SGIC. En la Memoria de Verificación modificada se menciona una estructura organizativa de la Facultad que actualmente se mantiene. En lo que respecta a la plantilla del personal de administración y servicios del centro, en la memoria 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 cubre las unidades de: Gerencia; Servicios Generales; Biblioteca; Secretaría de Alumnos, Información y Registro; Informática y medios audiovisuales; Asuntos Económicos; Personal; Secretaria de Dirección y apoyo a Deanato; Negociado de prácticas en empresas; Negociado de Erasmus. En el curso 2021/2022 se han incrementado a 35 efectivos respecto a los 31 efectivos previstos en memoria verificada, considerándose suficientes y adecuados para dar soporte a la docencia. Para los retos de cualificación que puedan surgir por cambios normativos, socioculturales o la adopción de nuevos objetivos estratégicos en las titulaciones, existe una Unidad de Formación del Personal de Administración y Servicios (PAS) de la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Entre las actividades que realizan se destacan los cursos de idiomas ofrecidos para el PAS de la UCM (fruto de la apuesta por la internacionalización de la universidad), así como las convocatorias realizadas en colaboración con los sindicatos centrales. Se dispone también de un Plan de Formación 2023-2026 (https://www.ucm.es/file/plan-de-formacion-2023_2026-1?ver), entre cuyas líneas estratégicas se incluyen la formación integral en idiomas, la formación en los procesos de administración electrónica y protección de datos, formación en planificación y dirección estratégica y procesos de calidad del personal con tareas directivas, formación en promoción de la salud, el bienestar y el medioambiente, formación en igualdad, diversidad e inclusión, también se mantienen las áreas formativas para la actualización, promoción profesional, cultural y académica.

b) Alcance y efectividad de las acciones y programas destinados al apoyo y orientación académica y profesional de los estudiantes

El máster dispone realiza distintas acciones y programas de apoyo y orientación académica y profesional, bien sean liderados por la coordinación del máster o bien por los servicios de apoyo de la Facultad o de la Universidad.

En el nivel de contacto más cercano e inmediato, desde la coordinación del título se llevan a cabo la mayoría de tareas de orientación a los estudiantes. El primer día de curso se realiza una charla de acogida donde se explica a los estudiantes el funcionamiento general de la facultad y el título que van a cursar. El encuentro de estudiantes de posgrado es liderado por la Decana de la Facultad que realiza una sesión de bienvenida acompañada de vicedecanos de estudiantes, ordenación académica y calidad, así como de los coordinadores de los títulos de máster que se imparten en el centro. Posteriormente, se celebra una reunión entre el coordinador del Máster en Comercio Electrónico y los estudiantes que tiene como objetivo brindarles una visión general del programa de estudio del máster y cómo acceder a los recursos y servicios disponibles. Además de la charla de acogida, el coordinador y el claustro docente establecen unos horarios de tutoría con el objetivo de proporcionar orientación y apoyo individualizado a los estudiantes. Se trata de brindar orientación y apoyo a lo largo del proceso de formación. Adicionalmente, se organizan anualmente a lo largo del curso académico una serie de actividades con el propósito de brindar una visión integral del comercio electrónico a través de presentaciones, seminarios, talleres y visitas a ferias de referencia en el sector como e-Show Madrid 2021.

En un segundo nivel, la Facultad de Comercio y Turismo dispone de distintos servicios para fomentar la orientación, empleabilidad y emprendimiento. Por una parte, desde la Oficina de Prácticas del centro se gestionan las prácticas curriculares y

aquellas prácticas extracurriculares que son extensión de las primeras. Por otra parte, dispone de un programa y espacio habilitado para la preincubadora que está destinado a tutelar posibles proyectos de creación de empresas impulsados por estudiantes del centro. Finalmente, se organizan charlas y otras actividades destinadas a la orientación profesional y la mejora de la empleabilidad. La Delegada de la Decana para empleabilidad y emprendimiento es la persona responsable de coordinar las prácticas curriculares en la Oficina de Prácticas del centro, de trabajar estrechamente con el Director de la preincubadora de empresas del centro y de organizar las actividades de orientación, empleabilidad y emprendimiento destinadas a los estudiantes de la Facultad de Comercio y Turismo.

En un tercer nivel más amplio, prestando servicio a todas las titulaciones de la Universidad, la Oficina de Prácticas y Empleo (OPE) del Rectorado (<https://www.ucm.es/ope/>) coordina y organiza de manera generalizada todas las actividades relacionadas con formación y actividades para el empleo, orientación profesional individual, prácticas externas, portal de empleo ICARO UCM y sistema informático GIPE (Gestión Integral de Prácticas Externas). Entre las actividades destacables se pueden citar el Foro de Empleo (<https://www.ucm.es/ope/foroempleoucm>) y el Pasaporte UCM para el Empleo (<https://www.ucm.es/ope/pasaporte-ucm-empleo>).

c) Programas o acciones de movilidad ofertados y su adecuación y alcance.

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 dispone de dos programas principales de movilidad enmarcados en el contexto general de la UCM: SICUE y ERASMUS. El programa SICUE (<https://www.ucm.es/sicue>) promueve el intercambio entre universidades españolas, mientras que el programa ERASMUS (<https://comercioyturismo.ucm.es/informacion-sobre-movilidad-erasmus>) está orientado a la movilidad internacional entre universidades europeas y terceros países que participan en el convenio. El centro dispone de una Oficina de Movilidad, coordinada por la Vicedecana de Relaciones Internacionales e Institucionales, que centraliza la gestión de los programas y acciones de movilidad. Los convenios que se establecen son susceptibles de dar cobertura a todas las titulaciones del centro.

d) Información sobre los recursos disponibles en todos los centros o sedes que participan en la impartición del título.

La titulación se imparte únicamente en la Facultad de Comercio y Turismo. Toda la información sobre recursos disponibles está disponible tanto en la web del centro (<https://comercioyturismo.ucm.es/>) como en la web del máster (<https://www.ucm.es/muce>).

e) Satisfacción de los diferentes grupos de interés involucrados en el título con el personal de apoyo y los servicios ofrecidos (incluida la movilidad).

Las encuestas de satisfacción que se distribuyen entre estudiantes, PDI y PAS recogen apartados que permiten conocer la satisfacción con el personal de apoyo y servicios ofrecidos. Durante el curso 2021/22 la satisfacción de estudiantes con las prácticas externas fue de 9.3 (atención tutor/colaborador 9.5; utilidad para la empleabilidad 9.5; valoración formativa 8.8; gestión del centro 7.7), en materia de movilidad no se registró actividad en ese curso, la satisfacción con actividades complementarias se situó en 6.3, con atención al estudiante en 5.3, con la labor docente del profesorado en 8.8, con el proceso de matriculación en 8.8 y con las tutorías presenciales (utilidad) en 8.8.

En el caso del PDI durante el curso 2021/22 su satisfacción con el número de alumnos por aula se situó en 8.5, con prácticas externas en 8.5, también alcanzó valoraciones de notable y sobresaliente en los recursos administrativos (8.5) y gestión de la titulación (organización de horarios 9.8, atención prestada por el PAS 9.5, apoyo técnico y logístico 9.3, procedimientos administrativos de la titulación 9, procedimientos administrativos comunes 8.5, información ofrecida 8.3).

Respecto al PAS, en el curso 2021/22 la satisfacción con los recursos también es positiva (servicios de riesgos laborales 9.5, plan de formación PAS 6) al igual que con la gestión y organización (adecuación de conocimiento y habilidades al trabajo 9.7, organización del trabajo en la unidad 9, tamaño de la plantilla existente 8.7, posibilidad de ser sustituido 7, conocimientos de funciones y responsabilidades 6.3, correspondencia de tareas con puesto de trabajo 6.3, definición de funciones y responsabilidades 6, relación formación/tareas 5.3).

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) Infraestructuras disponibles del centro. El Máster Universitario en Comercio Electrónico se imparte en la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid situada en Avenida de Filipinas, 3. El centro cuenta con recursos y servicios suficientes para el desarrollo de las actividades académicas y que están disponibles tanto por profesores como alumnos/as que cursan el título. En el documento EV08 se muestra una tabla con el resumen de las instalaciones disponibles y su capacidad, así como una descripción de la biblioteca del centro (número de puestos de lectura) y los servicios generales e informáticos. El Máster en Comercio Electrónico se imparte en el aula IV de informática que cuenta con 40 puestos de trabajo. También cabe destacar la inversión realizada en la adaptación de todas las aulas para la docencia híbrida

(streaming), la adquisición de nuevo material como pantallas interactivas o el proceso de electrificación de aulas que se está llevando a cabo en los últimos cursos académicos. Además de las infraestructuras físicas, se cuenta con recursos tecnológicos de apoyo a la docencia como el campus virtual, la plataforma moodle, el portal de gestión académica (GEA) [EV05-Plataforma tecnológica de apoyo a la docencia].

b) Barreras arquitectónicas: El Centro no presenta barreras arquitectónicas siendo accesible en su totalidad. Cuenta con rampas de acceso, si bien no se sitúan en la puerta de entrada principal, también se cuenta con ascensores y con la figura del Coordinador de Personas con Diversidad que mantiene comunicación constante con la OIPD (Oficina para la Inclusión de Personas con Diversidad) de la UCM.

c) Satisfacción con infraestructuras y recursos materiales: Las infraestructuras y recursos cuentan con una satisfacción positiva por parte de estudiantes, PDI y PAS. En las encuestas de satisfacción del curso 2021/22, la satisfacción de estudiantes con los recursos y medios proporcionados se situó en 8.5. En el caso del PDI la valoración de recursos también obtuvo notable y sobresaliente (aulas de docencia teórica 9.8, aulas de docencia práctica 9.5, fondos de la biblioteca 9, campus virtual 8.8). El PAS valoró la seguridad de las instalaciones con un 8.3, los recursos materiales y tecnológicos con un 8 y los espacios de trabajo con un 7.7.

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.:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: No procede dado que el máster únicamente se imparte en modalidad presencial. No obstante, como se ha comentado en el punto anterior, se cuenta con recursos tecnológicos de apoyo a la docencia [EV05-Plataforma tecnológica de apoyo a la docencia].

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: En el anterior informe de renovación de acreditación no se establecieron recomendaciones ni modificaciones necesarias relativas al personal de apoyo, los recursos materiales, los servicios y las instalaciones, considerándose adecuadas para la impartición del título.

a) Cambios en la tipología y número de recursos materiales y servicios. Como se ha explicado en los apartados anteriores, la tipología y número de recursos materiales y servicios ha mantenido la estructura prevista en la memoria verifica. Los cambios que se han introducido han ido en la línea de mejorar o incrementar los recursos como ha sido el caso de la adaptación de las aulas para la docencia híbrida durante la crisis sanitaria, la adquisición de pantallas digitales o las acciones para electrificar las aulas.

b) Cambios en la estructura del personal de apoyo. La estructura del personal de apoyo también se ha mantenido respecto a lo contemplado en memoria verifica, con ligeras variaciones de categoría en algunos puestos. La variación del personal de apoyo cuantitativamente se ha incrementado en 4 efectivos.

c) Implicación institucional y las actuaciones dirigidas a cumplir con los requisitos de infraestructuras y medios materiales establecidos en el artículo 8 y en el Anexo II, III y IV del R.D. 640/2021.

En lo que respecta los requisitos de espacios docentes e investigadores, se disponen de aulas con mayor capacidad al tamaño del grupo. En el caso del Máster de Comercio Electrónico, la docencia se imparte en su totalidad en aula de informática, con un grupo máximo de admisión de 35 estudiantes, tiene dos aulas de informática disponibles que cumplen una con el criterio de espacio de 1.5 m² / estudiante y otra que cumple con 1.25 m²/estudiante. No se contempla en este título laboratorios docentes o de investigación. Se disponen de tres aulas con flexibilidad espacial y de mobiliario (aula 11, 21 y Germán Bernácer) para poder ser utilizadas en caso de que se requiera para aplicar alguna dinámica docente por parte de alguna asignatura o para impartir talleres o charlas con ponentes invitados. Respecto a los despachos del profesorado, todos están dotados de equipos informáticos y de comunicaciones que son revisados y actualizados periódicamente para su adecuado funcionamiento.

Adicionalmente se realizó una campaña por parte del centro para la dotación de material informático portátil al profesorado del centro. El edificio actualmente es accesible tal como se ha indicado en el punto 5.2.b.

En lo referente a los requisitos de carácter tecnológico, informático y audiovisual, se dispone de conexión red wifi en todo el centro con capacidad y velocidad acorde con el volumen de estudiantado, profesorado y personal de administración y servicios. Los equipos informáticos de aulas, espacios para PDI y PAS están conectados directamente a la red de internet por cable. Se cuenta con un campus virtual integrado por dos subsistemas Mi Campus (desarrollado por los servicios de informática de la UCM) y Moodle (Sistema de Gestión de Cursos de Código Abierto). Se dispone de web institucional de la UCM, del centro y del título, que son revisadas y actualizadas periódicamente. Respecto a la intranet, existe por una parte restricción de acceso a determinadas secciones de la página institucional UCM, a cuya información únicamente se puede acceder previa identificación con credenciales UCM y su disponibilidad puede estar discriminada en función del colectivo al que pertenece el usuario. Por otra parte, existen diversos sistemas informáticos también de acceso restringido según el nivel de acceso autorizado a cada usuario, como son el portal de gestión académica (GEA), el portal de gestión de prácticas externas (GIPE), el portal del investigador, el servicio del empleado, etc. En cuanto a la dotación de equipamiento audiovisual, informático, de red de internet y aulas de informática. Se dispone de cuatro aulas de informática completamente equipadas y de un laboratorio de idiomas. El centro cuenta con servicio de biblioteca y documentación específicamente destinado a dar soporte a las titulaciones e investigaciones del centro. Adicionalmente se cuenta con los servicios de la red de bibliotecas de la UCM y de acceso a documentación a través de los distintos convenios suscritos. No se ha previsto dotación de laboratorios y de servicios científico-técnicos.

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: Tanto el personal de apoyo como los recursos materiales y servicios puestos a disposición del desarrollo del título se consideran adecuados. El Máster Universitario en Comercio Electrónico cuenta con personal de apoyo que presta sus servicios en la Facultad de Comercio y Turismo. Los recursos materiales son suficientes y adecuado al número de estudiantes y las sesiones de bienvenida y acogida, las conferencias y charlas y las prácticas extracurriculares representan un apoyo para el desarrollo de la carrera académica y profesional de los alumnos. De este modo, la Universidad Complutense de Madrid hace efectivos los compromisos relativos al personal de apoyo, los recursos materiales y los servicios de apoyo del título.

En el anterior proceso de acreditación del título este criterio fue calificado como "B" lográndose el estándar para este criterio sin establecerse recomendaciones en el informe final.

LISTADO DE EVIDENCIAS

EV02D: Coordinación durante Crisis Covid-19.

EV05: Plataforma tecnológica de apoyo a la docencia.

EV08.1: Infraestructuras del centro.

EV09 Indicadores de Satisfacción

Acceso a la Oficina de Prácticas y Empleo (OPE) <http://www.ucm.es/ope>

Acceso a la Fundación Universidad-Empresa <https://www.fue.es>

Acceso a la Fundación UCM <https://www.ucm.es/fundacion/practicas-empresas>

Acceso a la Biblioteca de la Universidad Complutense de Madrid <http://biblioteca.ucm.es>

Acceso a la Biblioteca de la Facultad de Comercio y Turismo <https://biblioteca.ucm.es/cyt>

Acceso a la Unidad de Apoyo a la Diversidad e Inclusión de la Universidad Complutense de Madrid <https://www.ucm.es/diversidad>

DIMENSIÓN 3. Resultados

Criterio 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

LOS RESULTADOS DE APRENDIZAJE ALCANZADOS POR LOS TITULADOS SON COHERENTES CON EL PERFIL DE EGRESO Y SE CORRESPONDEN CON EL NIVEL DEL MECES (MARCO ESPAÑOL DE CUALIFICACIONES PARA LA EDUCACIÓN SUPERIOR) DEL TÍTULO.

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 y b) Las metodologías docentes y los sistemas de evaluación empleados en cada una de las asignaturas del título contribuyen a la consecución de los resultados de aprendizaje previstos. La información sobre guías docentes de las asignaturas puede consultarse en el apartado Planificación y calidad de la enseñanza / 4.4 Guías docentes de las

asignaturas en <https://ucm.es/muce/guias-docentes-de-las-asignaturas>. En todas las asignaturas se sigue una metodología docente homogénea, que se ajusta al marco general previsto en la memoria verificada. Los sistemas de evaluación muestran la diversidad propia de las distintas materias (marco empresarial, comercialización, informática aplicada al comercio y soporte informático). En ellos se combinan pruebas orales y escritas como exámenes, test, y presentaciones, y elementos propios de la evaluación continua como la participación activa en clase, los informes o trabajos finales de asignatura. Así mismo, se combinan elementos metodológicos y de evaluación a nivel individual y grupal. Estas actividades presenciales se complementan con un programa de conferencias, seminarios, talleres y visitas a instituciones, promovidos por la coordinación del título o por los propios profesores. Se considera que tanto los programas de las distintas asignaturas que componen el título como las actividades complementarias señaladas se corresponden con el artículo 7.1 del Real Decreto 1027/2011, de 15 de julio, por el que se establece el Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES) en cuanto a que este máster establece una formación avanzada y especializada con orientación profesionalizante hacia la creación y dirección de negocios de comercio electrónico. Además, la metodología empleada es coherente con los resultados de aprendizaje previstos en el correspondiente nivel del MECES, puesto que: las clases teóricas tienen como objetivo la adquisición por parte de los estudiantes de conocimientos avanzados (art. 7.2.a del RD 1027/2011); las clases prácticas promueven que los estudiantes apliquen e integren sus conocimientos y desarrollen su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos (art. 7.2.b del RD 1027/2011); los sistemas de evaluación empleados buscan verificar que los estudiantes sepan transmitir de un modo claro y sin ambigüedades, resultados procedentes de la investigación científica y tecnológica o del ámbito de la innovación más avanzada, y los fundamentos más relevantes sobre los que se sustentan (art. 7.2.e del RD 1027/2011), las prácticas externas, el trabajo fin de máster, y las actividades complementarias de extensión permiten que los estudiantes sean capaces de asumir la responsabilidad de su propio desarrollo profesional y de su especialización en uno o más campos de estudio (art. 7.2.g del RD 1027/2011).

En la tabla 02 se pueden consultar los resultados obtenidos durante el curso 2021-2022 en las asignaturas que conforman el plan de estudios del título. Todas las asignaturas registraron un alto volumen de aprobados que oscilan entre el 94,74% y el 100% en relación con el número de estudiantes matriculados. Estos datos sugieren un alto nivel de desempeño por parte de los estudiantes en las asignaturas del programa formativo, así como la eficacia de las actividades formativas, metodologías y sistemas de evaluación empleados para combatir el fracaso y abandono de estudiantes. La calificación de las diferentes materias se caracteriza por su variabilidad, especialmente en Plan de Negocio I: Marco General o Plan Estratégico. En algunas asignaturas como Prácticas Externas, Software Corporativo o Trabajo Fin de Máster las calificaciones son excelentes.

c, d y e) El máster ofrece dos modalidades de Trabajos Fin de Máster [EV04.2.3 A. Información Académica TFM]: individual y Business Game. En el TFM individual el alumno desarrolla un trabajo de investigación planteando objetivos e hipótesis, construyendo un marco teórico de referencia y aplicando herramientas metodológicas conducentes a la obtención de resultados de investigación. Al terminar, el alumno, si obtiene el visto bueno del tutor, presenta sus resultados ante un tribunal formado por miembros del claustro de profesores del máster. En la modalidad Business Game (BG) los alumnos, en grupo, gestionan una empresa tecnológica durante varias semanas, tomando decisiones en todas las áreas de negocio (producto, precio, distribución y comunicación). Los alumnos pasan por diferentes rondas donde sus decisiones tienen trascendencia en el negocio. Paralelamente, redactan informes intermedios y una memoria final que deben presentar ante un tribunal. El proceso del TFM BG comienza en el tercer bimestre donde el coordinador del título organiza una reunión informativa con los tutores y un experto en simulación empresarial. Durante la sesión conocen el funcionamiento del sistema para poder empezar a tomar decisiones. Durante las semanas de juego los alumnos preparan dos informes parciales (después de la tercera y sexta ronda) y una memoria final a la que incorporan el diseño de un prototipo de web o app de una empresa tecnológica.

En ambas modalidades, los trabajos son tutorizados por profesores miembros del claustro del máster. En el campus virtual, los estudiantes también pueden encontrar documentos relacionados con el Business Game para el curso académico 2021/22.

Entre otros documentos, tienen disponible una guía que establece el sistema de funcionamiento y de evaluación, incluyendo el contenido que se evaluará en los informes intermedios y en la memoria final. Todos los tutores deben cumplimentar un preacta en el que deben valorar aspectos aplicables a todos los TFM: interés e iniciativa, asistencia a tutorías, dedicación y entregas en plazo, estructura y metodología, bibliografía, capacidad de redacción y síntesis, junto con la emisión de informe razonado que recomienda el pase o no a la defensa ante tribunal.

Analizando la EV04.2.1-Listado de TFM, se puede observar que el 92% lo hicieron a través de la modalidad del Business Game. La gran aceptación por parte del alumnado muestra su calidad y adecuación. Además, favorece que la mayoría de los alumnos finalicen sus estudios en la duración prevista (un curso académico), puesto que en cursos anteriores a su implementación se había podido constatar que muchos estudiantes no terminaban sus Trabajos Fin de Máster por haber empezado a incorporarse al mundo laboral. El Business Game como Trabajo Fin de Máster ha redundado en una sensible mejora en la tasa de éxito y de

graduación del máster, además de tener buenos resultados en general.

f) El análisis de la adquisición de resultados de aprendizaje en función de las diferentes vías de admisión al título.

Como se puede comprobar en la tabla 04, el perfil de estudiantes admitidos está ajustado a los perfiles prioritarios del máster, siendo en un 78% titulaciones relacionadas con Comercio, Marketing y ADE, por lo que no se han detectado disparidades en la adquisición de resultados.

g) La adquisición de las competencias previstas en el caso de prácticas externas obligatorias.

El plan de estudios del Máster Universitario en Comercio Electrónico cuenta con la materia Prácticas Externas (6 créditos). De acuerdo con la Memoria Verifica, las prácticas externas contemplan la estancia del estudiante en entornos de trabajo fuera de la universidad a fin de adquirir las competencias directamente relacionadas con el ejercicio profesional en empresas vinculadas con el comercio electrónico. Los contenidos de cada práctica podrán variar en función de la naturaleza de la entidad o de los departamentos donde el/la alumno/a vaya a realizar sus prácticas. Con carácter general, consistirá en la profundización en los conocimientos, capacidades y actitudes, vinculando a los/las alumnos/as a la realidad empresarial de las empresas de e-commerce de forma que puedan completar y complementar su formación teórica y práctica.

Para explicar su funcionamiento, se celebra una sesión monográfica sobre Prácticas Externas impartida por la Oficina de Prácticas de la Facultad de Comercio y Turismo y con la participación directa de la Delegada de la Decana para la Empleabilidad y el Emprendimiento. En esta sesión se anima a los estudiantes a explorar la posibilidad de realizar prácticas externas en campos que resulten de interés particular, yendo más allá de la oferta de la propia Oficina de Prácticas de la Facultad y órganos como la Oficina de Prácticas y Empleo de la UCM (OPE). De este modo, se favorece la firma de nuevos convenios en un sector tan dinámico como el comercio electrónico.

Las prácticas son supervisadas por un tutor académico y un tutor de empresa. Al término de las prácticas, el tutor académico califica la asignatura tras revisar la memoria realizada por el estudiante y el informe realizado por el tutor de la entidad. El tutor académico suele tener varias entrevistas o contactos por correo electrónico con el alumno a lo largo del periodo de prácticas teniendo la posibilidad de contactar con el tutor de empresa si fuese necesario. Todo este proceso de gestión de las prácticas externas (convenio, oferta y asignación) así como su desarrollo y evaluación, incluyendo la coordinación entre parte académica interna y parte empresarial externa queda registrado a través del sistema informático GIPE (Gestión Integral de Prácticas Externas). [EV10.1-Informe de prácticas externas y anexos].

h) Este título no contempla menciones ni especialidades.

6.2. 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) En la tabla 03B se puede observar que la relación porcentual entre el número de créditos superados y el número total de créditos matriculados en un curso académico (tasa de rendimiento) es alta, superando el 95% en los cursos 2019-2020, 2020- 2021 y 2021-2022. La tasa de eficiencia de los egresados (relación porcentual entre el total de créditos egresados y matriculados) fue del 100% en el curso 2020-2021 y tuvo cifras cercanas a esa cantidad en los cursos 19-20 y 21-22. La tasa de graduación es del 100%. La tasa de cobertura en el curso 2019-2020 fue del 54,29%, 20-21 (62,86%) , 51,43% en el curso 2021-22 aumentando hasta el 91,43% en el curso 2022-2023 tras la normalización de la situación de bajada de matrículas debido a la pandemia. Todas las tasas siguen evolucionando desde la última renovación de acreditación favorablemente conforme a lo previsto en la Memoria Verificada, con excepción de la tasa de cobertura, que durante la crisis sanitaria experimentó una bajada, que actualmente se ha recuperado.

b) Los servicios de orientación y la acción tutorial de acompañamiento y apoyo tanto de profesorado como de coordinación han sido una constante en el título, dado el tamaño reducido del grupo y la duración de un año, permite una atención tutorial y de orientación más personalizada. La principal mejora implantada que incidió especialmente en las tasas de abandono y graduación fue la puesta en marcha de la modalidad de TFM Business Game ya comentada, que ha favorecido la finalización de los estudios en el marco temporal previsto (un curso académico). En el curso 2021/2022 se reforzó de manera generalizada en la Facultad de Comercio y Turismo los mecanismos de coordinación de asignaturas para seguir garantizando que los materiales, las actividades formativas, las metodologías docentes y el sistema de evaluación están ajustados a la Memoria Verifica y permiten alcanzar los resultados esperados [EV02C-Directrices de coordinación y guías].

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

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: a) Tal como se muestra en la Tabla 07, los índices de satisfacción del título son positivos en casi todos los aspectos. Cabe destacar la evolución de la satisfacción global de los estudiantes con el título que ha subido del 4 en 2020-2021 al 8,3% en el curso 2021-2022. Sin embargo, en estas encuestas, el índice de participación es mejorable, ya que, si bien supera el 10%, es deseable que la proporción alcance al menos el 15% de la muestra. La satisfacción de los estudiantes con la actividad docente del profesorado es alta, ya que, en los últimos 3 cursos, ha superado los 8,5 puntos. También se ha experimentado una mejora en la percepción de la labor del coordinador del título pasando de un 4,32 en el curso 2020-2021 a un 8,25 en curso 21-22. La satisfacción de los estudiantes con los recursos, también ha mejorado en el curso 21-22 situándose en 6.7 puntos. La valoración de las prácticas externas es un punto a tener en cuenta en el título, ya que, la calificación es sobresaliente desde el curso 2020-2021, siendo el curso 2019-2020 un año atípico por el confinamiento y cierre de empresas. El profesorado indica unos niveles de satisfacción estables en los últimos 3 cursos al igual que los egresados, en este último caso, si bien tienen una participación baja, los resultados favorables obtenidos se confirman con el estudio complementario de egresados realizado por la Facultad de Comercio y Turismo [EV06B_MCE-FCyT-InsercionLinkelN-Egresados].

En el curso 2021/22 los estudiantes valoraron favorablemente las competencias de la titulación (7.5), los objetivos alcanzados en las asignaturas (6.3) y la integración teoría/práctica (7.5). También se valoró positivamente el plan de estudios (8), sus objetivos (7.3) y dificultad (9), así como la organización de contenidos (8.3), el trabajo no presencial (7.7), los materiales facilitados (7.3), la labor docente en general (8.8) y las tutorías presenciales (8.8). Con una valoración algo más baja pero aprobada está el contenido innovador (5.5) y el componente práctico de las asignaturas (5.3). La coordinación del título se valoró con 8.3 puntos y las prácticas externas con 9.3. En el caso del PDI, también se valora con puntuaciones excelentes por encima de 9.5, la coordinación con la titulación, el plan de estudios, sus objetivos y dificultad, la integración de teoría y práctica, así como la organización de horarios, la información ofrecida en la gestión de la titulación. Valoran de manera excelente también con puntuación por encima de 9, todos los ítems relacionados con los estudiantes (implicación, adquisición de competencias, compromiso, resultados, aprovechamiento de clases). Por parte de egresados, la satisfacción de todos los ítems relacionados con las competencias adquiridas se sitúa con valoraciones notables y sobresalientes, al igual que la integración teoría/práctica y los objetivos de la titulación, así como todos los ítems de las asignaturas (innovación, materiales, organización, prácticas trabajo no presencial). Algo menor es la valoración general del plan de estudios que se sitúa con 6 puntos.

No se ha tenido constancia de quejas, incidencias o sugerencias en el curso 2021/22. Sí se dispone de registro de 2 sugerencias en el curso 2019/20, ambas se tratan de observaciones cuya implementación no es posible por no ser conforme a Memoria Verifica, por lo que fueron estudiadas y posteriormente resueltas desestimatoriamente por la coordinación del máster, en ese mismo curso académico se recibieron incidencias relacionadas adaptación de la docencia a la situación de excepcionalidad provocada por la crisis sanitaria (horarios, metodología, evaluación) que fueron resueltas por el coordinador y el equipo de trabajo de Decanato creado al efecto para la asistencia durante la crisis.

b) Actuaciones de mejora. Se muestran unos datos y una evolución adecuada en las tasas de rendimiento y eficiencia muy satisfactorios por lo que en este sentido no se ha visto necesario realizar ninguna acción adicional a las ya puestas en marcha. En este sentido, cabe mencionar que los servicios de orientación y la acción tutorial de acompañamiento y apoyo tanto de profesorado como de coordinación han sido una constante en el título, dado el tamaño reducido del grupo y la duración de un año, permite una atención tutorial y de orientación más personalizada. La principal mejora implantada que incidió especialmente en las tasas de abandono y graduación fue la puesta en marcha hace varios años de la modalidad de TFM Business Game ya comentada, que ha favorecido la finalización de los estudios en el marco temporal previsto (un curso académico). En el curso 2021/2022 se reforzó de manera generalizada en la Facultad de Comercio y Turismo los mecanismos de coordinación de asignaturas para seguir garantizando que los materiales, las actividades formativas, las metodologías docentes y el sistema de evaluación están ajustados a la Memoria Verifica y permiten alcanzar los resultados esperados [EV02C-Directrices de coordinación y guías].

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

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: a) 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: EV06 y anexos].

Estas encuestas permiten disponer de datos fiables y comparables anualmente para evaluar la evolución de los datos de todas

las titulaciones de la UCM y además poder realizar análisis del acumulado de varios años. Estas encuestas ofrecen datos de los encuestados (edad, género) y de su inserción (situación laboral, tipo de contrato, tipo de empresa, tiempo en encontrar trabajo, adecuación del empleo y relación con la titulación, condiciones del empleo, satisfacción con el trabajo). Sin embargo, la participación en cursos anteriores ha sido escasa, siendo para el caso del Máster en Comercio Electrónico (inferior al 10%). Razón por la que desde la Facultad de Comercio y Turismo puso en marcha un estudio complementario de egresados e inserción. También desde el Vicerrectorado se implementaron acciones para lograr aumentar los resultados obtenidos, como han sido las encuestas telefónicas. Como resultado, se ha conseguido incrementar la participación en las encuestas del Vicerrectorado de manera general en el curso 2021/22, siendo para este máster del 12.5%. También se dispone de informes complementarios que pueden consultarse en la web del centro (<https://comercioyturismo.ucm.es/resultados-de-la-encuesta-de-insercion-laboral-de-los-egresados>) y del máster (<https://www.ucm.es/muce/68-informacion-sobre-insercion-laboral-y>).

b) Los datos obtenidos en el curso 2021/22 en las encuestas del Vicerrectorado muestran una tasa de inserción del 66.7% (83.3% si se toman datos acumulados desde el curso 2018-19). La satisfacción con el empleo actual de 7.5 puntos y una relación entre la capacitación y la titulación con el empleo actual también de 7.5 puntos. El informe de trayectoria de egresados realizado a partir de datos de LinkedIn desde la promoción 2013-14 hasta 2020-21, recoge un total de 53 muestras. Los resultados de este estudio muestran que la mayoría de los egresados desarrollan su carrera profesional en el ámbito del marketing y las TIC's, ocupando puestos como Product Manager, Digital Marketing Manager, Desarrollador Web, especialista en SEO/SEM, Data Analyst y ecommerce manager, entre otros. Estos datos contribuyen a verificar que la inserción de los egresados va en la línea de lo esperado según la orientación del máster.

VALORACIÓN GLOBAL DEL CRITERIO 6. RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

B: El estándar para este criterio se logra completamente.

Justificación de la valoración: Tal y como se ha señalado las metodologías docentes y los sistemas de evaluación empleados en cada una de las asignaturas del título contribuyen a la consecución de los resultados de aprendizaje previstos. Las asignaturas del programa cuentan con una tasa de éxito elevada, al igual que la tasa de eficiencia de los egresados y la tasa de graduación para alumnos de nuevo ingreso. Por otra parte, el resultado final en los Trabajos Fin de Máster ha mejorado desde la implantación del TFM bajo la modalidad "simulador juego de empresas" ya que, en cursos anteriores a su implementación muchos estudiantes no terminaban sus trabajos dada su rápida incorporación al mundo laboral. El TFM en esta modalidad ha traído consigo una mejora en las tasas de éxito y de graduación del máster. Los índices de satisfacción del título son positivos en casi todos los aspectos habiendo mejorado en los últimos cursos. Debido a que los indicadores de inserción laboral de egresados eran bajos, desde el Vicedecanato de Calidad se implementaron medidas para aumentar la muestra en la encuesta de egresados.

En el anterior proceso de acreditación del título este criterio fue calificado como "C" estableciéndose recomendaciones que han sido atendidas en los cursos posteriores. Como resultado de las acciones de mejora puestas en marcha se elevó la valoración de este apartado en el informe de seguimiento ordinario de 2022, calificándose como B.

Listado de evidencias:

EV01-Guías docentes

EV02C: Directrices de coordinación y guías

EV04.2.1-Listado de TFM

EV04.2.2-Actas Tribunales TFM

EV04.2.3-Rúbricas evaluación TFM

EV06-Egresados

EV09-Indicadores satisfacción

EV10.1-Informe prácticas externas